

DIGI Women

Digitālās uzņēmējdarbības rīki
un atbalsts sievietēm uzņēmējām

projekta līguma Nr 2020-1-BG01-KA204-079272

Līdzfinansē Eiropas Savienības programma Erasmus+



Erasmus+



HUMAN
RESOURCE
DEVELOPMENT
CENTRE

Mācību modelis

(uzņēmējdarbības digitalizācijas treneru un sieviešu uzņēmēju apmācībai)

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



Izstrādāja kopīgi

Consulenza Direzionale di Paolo Zaramella (CDPZ), Itālija

bit management Beratung GesmbH, Austrija

Griekijas sieviešu uzņēmēju asociācija - SEGE, Griekija

Baltijas jūras reģiona klasteru eksperti – BJRKE, Latvija

Nacionālā tehniskā universitāte «Harkovas Politehniskais institūts», Ukraina

CEPOR – MVU un Uzņēmējdarbības politikas centrs, Horvātija

Nacionālās un pasaules ekonomikas universitāte, Bulgārija

2021

Mācību modelis

MĀCĪBU MODELIS ir izveidots digitalizācijas ekspertu apmācību vajadzībām, kam nepieciešamas papildus zināšanas un prasmes, lai palīdzētu sievietēm uzņēmējām, kas nonākušas grūtībās, rast ienākumus un kļūt patstāvīgām.

MĀCĪBU MODELIS ir sagatavots, pamatojoties uz DigiWomen projekta partneru organizāciju pētījumiem, kas veikti Bulgārijā, Latvijā, Ukrainā, Itālijā, Grieķijā, Austrijā un Horvātijā, ko finansējusi ES Erasmus+ programma.

Pētījuma mērķis ir gūt dziļāku ieskatu sieviešu – uzņēmēju vajadzībās, jo īpaši fokusējoties uz tām, kuras atrodas sarežģītās situācijās, lai tādējāsi palīdzētu apvienot ekspertu zināšanas par digitālajiem instrumentiem ar citām biznesa prasmēm, kuras sievietēm – uzņēmējām pietrūkst vai tiek savādāk uztevertas nekā vīriešu – uzņēmēju vidē, piemēram tīklošanās, statēģijas veidošana, uzņēmējdarbības iespēju meklēšana u.c. Iegūtā informācija ir palīdzējusi sagatavot šo Mācību modeli kā efektīvu instrumentu, kas palīdzētu sasniegt DigiWomen projekta vispārējo mērķi.

Šajā DIGI-WOMEN projektā un izveidotajā Mācību modelī izmantotas sekojošas definīcijas un galvenie termini:

Sievietes - uzņēmējas

Mērķa grupa, kas gūst labumu no DIGI-WOMEN projekta ir sievietes – uzņēmējas, kas nonākušas grūtībās, kuras saskaras ar tādiem izaicinājumiem, no kuriem atkarīga viņu biznesa pastāvēšana sakarā ar nepietiekamiem ienākumiem.

Digitalizācija

Lai gan digitalizācija ietver plašu pakalpojumu loku, tomēr šajā projektā, ņemot vērā tehnisko prasmju un zināšanu līmeni, kā arī faktu, ka lielākā daļa sieviešu darbojas pakalpojumu jomā, digitalizācija tiek uzskatīta par līdzekli, lai sasniegtu tirgu, nevis par veidu, kā uzlabot tehnoloģiskos procesus.

Digitalizācijas eksperti

Mērķa auditorija (dalībnieki) izglītības programmu ieviešanai, pamatojoties uz šo Mācību modeli, ir digitalizācijas eksperti – profesionāļi ar nepieciešamajām iemaņām un zināšanām, kas nepieciešamas, lai ieviestu digitalizāciju biznesā. Tie parasti apvieno abas lomas: 1) esot padomdevējiem digitalizācijā un sniedzot atbalstu klientiem, lai paplašinātu to pircēju loku, izmantojot digitālos rīkus; un 2) esot treneriem – apmācot potenciālos klientus un veicinot savu konsultācijas pakalpojumu attīstību.

Mācību modelis

Mācību modelis ir ietvars, lai izveidotu mūžizglītības apmācību programmu, kas sastāv no iepriekš definētiem elementiem, kā piemēram, kursa nosaukums, mērķis, apmācību metodes un rīki, silabus, u.c..

1: Mērķis un metodoloģija

MĀCĪBU MODELIS izveidots, pamatojoties uz pētījumiem, kurus veikuši DIGI-WOMEN partneri. Kvalitatīvais pētījums tika īstenots, aptaujājot sievietes – uzņēmējas, kā DIGI-WOMEN projekta mērķa grupu un digitalizācijas ekspertus, kā mērķa auditoriju (dalībniekus) Mācību modeļa ieviešanai. Kopumā, kvalitatīvais pētījums ietvēra **39** sievietes – uzņēmējas un **35** digitalizācijas ekspertus no 7 valstīm. Gan kvalitatīvais, gan kvantitatīvais pētījums un literatūras analīze tika ieviesti, pamatojoties uz detalizētām pētījumu vadlīnijām un semi-strukturētu interviju jautājumiem (1. un 2. pielikumi). Literatūras saraksts (t.sk. atsauču dokumenti, pētījumu, ziņojumu, politikas ziņojumi, programmu apraksti un citi atbilstoši dokumenti), kas tika izmantoti literatūras analīzē, iekļauts 3. pielikumā.

The main objective of the preparatory research was *to gain insight into the specific needs of women entrepreneurs in difficulties; to identify the potential of digitalization in raising the competitiveness of their business and to identify other business skills women need to develop because these skills are related with the capacity to use digital tools*. In addition, the research enabled identification of knowledge and skills *digitalization experts need to develop* to support women entrepreneurs in using digitalization tools, and the *aspects the trainings delivered by digitalization experts should be adjusted to women entrepreneurs in difficulties*.

Tiklīdz Mācību modeļa projekts tika sagatavots, notika iekšējās un ārējās pārskatīšanas process. Iekšējie pārskatītāji bija DIGI-WOMEN projekta partneru organizāciju pārstāvji, bet ārējie pārskatītāji bija mērķa auditorijas pārstāvji (digitalizācijas eksperti un sievietes - uzņēmējas), kas sniedza savu viedokli un priekšlikumus Mācību modeļa sagatavošanai. Pamatojoties uz saņemtajiem priekšlikumiem, tika izveidota Mācību modeļa gala versija.

2: Ziņojums – intervijas ar sievietēm-uzņēmējām

DIGI-WOMEN partneri kopumā īstenoja 39 intervijas ar sievietēm – uzņēmējām, lai apkopotu informāciju atbilstoši Mācību modeļa izveidošanas vajadzībām.

Intervijas tika veiktas ar respondentiem, kas tika identificēti, pamatojoties uz šādiem kritērijiem:

Sievietes – uzņēmējas, kas nonākušas grūtībās, sievietes – uzņēmējas, kas veikušas nopietnus uzlabojumus biznesā, veicot digitalizācijas pasākumus, sieviešu – uzņēmēju asociāciju pārstāvji, sievietes – uzņēmējas, kas ir arī pētnieces.

Pamatojoties uz veiktajām intervijām, tika izstrādāti secinājumi par sieviešu – uzņēmēju, kā labuma guvēju no projekta rezultātiem, vajadzībām.

Svarīgākie punkti ir sekojoši:

- *Starp sievietēm – uzņēmējām sastopamas dažāda līmeņa zināšanas par digitalizāciju un atšķirīgas digitalizācijas instrument izmantošanas prasmes.*
- *Viņas visas ir informētas par digitalizācijas pozitīvo ietekmi, ko tā var sniegt viņu uzņēmējdarbībai un vēlētos uzzināt ko vairāk.*
- *Ne visas no aptaujātajām sievietēm pašas vēlētos kļūt par par prasmīgām digitalizācijas instrumentu izmantotājām. Dažas no viņām uzskata, ka daudz svarīgāk ir risināt vadības līmeņa jautājumus un vēlētos iepirkt digitalizācijas ekspertus.*
- *Lielākā daļa no viņām apmācībām labāk izvēlētos hibrīda modeli – klātienē, lai nodibinātu kontaktus ar treneri un citiām dalībniecēm, un tiešsaistes ar iepriekš ierakstītām lekcijām, lai ietaupītu laiku. Daudzos gadījumos, sievietām nepieciešams sabalansēt laiku starp privāto dzīvi (joprojām galvenā loma mājsaimniecības vadīšanā ir saistīta ar sievietes lomu ģimenē) un karjeru uzņēmējdarbībā. Līdz ar to ir svarīgi kombinēt klātienes apmācības daļas, lai nodrošinātu tīklošanās iespējas, kā arī tiešsaistes apmācību daļas, lai veiksmīgām pielāgotu apmācības viņu vajadzībām.*
- *Viņas dod priekšroku pakāpeniskai vadītai apmācībai ar iespēju sazināties ar treneri un saņemt papildus skaidrojumus, ja tādi nepieciešami.*
- *Viņas vēlētos mācīties no praktiskiem piemēriem un priecātos uzzināt par gadījumiem, kas atspoguļotu digitalizācijas ietekmi uz biznesa ienākumu palielināšanos.*
- *Atsevišķās partner valstīs radās ideja par ziņu lapu, kas sniegtu aktualizētu informāciju par digitalizācijas inovāciju un apmācību iespējām.*
- *Daudzos gadījumos sievietēm nepatika ideja, ka viņas tiktu nodalītas atsevišķā grupā un labāk gribētu piedalīties apmācībās kopā ar vīriešiem - uzņēmējiem.*

3: Ziņojums – intervijas ar digitalizācijas ekspertiem

DIGI-WOMEN partneri pavisam īstenoja 35 intervijas ar digitalizācijas ekspertiem, lai apkopotu informāciju, kas nepieciešama Mācību modeļa izveidošanai.

Intervijas tika īstenotas ar respondentiem, kas tika izvēlēti, pamatojoties uz sekojošiem kritērijiem:

Digitalizācijas eksperti, kas piedāvā savus pakalpojumus vai apmācības pašnodarbinātājiem / mikrouzņēmumu īpašniekiem, kā arī ar pieredzi pakalpojumu sniegšanā sievietēm – uzņēmējām, kuras ir nodrošinājušas ievērojamu mazā biznesa modeļa uzlabošanu, ieviešot digitālos rīkus, kā arī tādi eksperti, kas vēlētos paplašināt savu mikro biznesa segmenta klientu loku, jo īpaši sievietēm – uzņēmēju vadītus biznesus.

Pamatojoties uz intervijām ar digitalizācijas ekspertiem, tika izstrādāti secinājumi par digitalizācijas ekspertu (DE), kā mērķa grupu šajā projektā, zināšanās un prasmēm.

Svarīgākie punkti ir sekojoši:

- *Zināmā mērā DE atbalsta ideju organizēt apmācības sievietēm – uzņēmējām (WE), kā atsevišķai grupai (psiholoģiski drošāka vide), bet par to ir arī citi viedokļi. Daži uzskata, ka tas ir jautājums par zināšanu līmeni (iesācējiem), bet nevis ar dzimumu saistīts jautājums.*
- *DE nepieciešama competence, lai apmācītu grupas ar dažādiem zināšanu līmeņiem, kas bieži vien varētu tā būt.*
- *Ja DE pats ir uzņēmējs(-a) – tā ir novērtota, kā svarīga iezīme, kas var nodrošināt labāku izpratni par sievieti – uzņēmēju apmācību vajadzībām.*
- *Ja DE jau ir kādreiz strādājis ar jaunuzņēmumiem / uzņēmējiem – lielāka iespējamība, ka viņš(-a) labāk sapratīs sievieti – uzņēmēju vajadzības.*
- *Izpratne par biznesa modeli, stratēģisko vadību un stratēģisko mārketingu – lielākai daļai DE būtu noderīgas šādas zināšanas, lai varētu efektīvi sniegt savus pakalpojumus kā digitalizācijas eksperti.*
- *Daži DE domā, ka WE vajadzētu iepirkt ārpuskalpojumā digitalizācijas pakalpojumus, bet citi uzskata, ka viņām jābūt spējīgām vienkāršākās lietas paveikt pašām.*
- *Lielākā daļa DE uzskata, ka iespējams pozitīvi ietekmēt biznesu pat ar nelielu budžetu digitalizācijas vajadzībām;*
- *Viņi domā, ka visefektīvākās apmācības varētu būt klātienēs & tiešsaistes sesijas, kas ierakstītas, lai nodrošinātu turpmāku izmantošanu.*
- *Priekšlikums: apmācības WE jāpapildina ar iespējām dalīties zināšanās starp dalībniecēm un savstarpējas konsultācijas (savstarpējs atbalsts), izmantojot komunikācijas platformas gan apmācībām, gan saziņai starp dalībniecēm.*
- *DE uzskata, ka saprotama nevis tehniska apmācību valoda ir svarīga, lai apgūtu zināšanas, kas saistītas ar digitālajām tehnoloģijām.*
- *Dažas ieteiktas apmācību tēmas: sievieti psiholoģija, biznesa sarunu vešana, finanšu plānošana, inovācijas process, biznesa analīze.*
- *Pakāpeniska (soli pa solim) vadīta apmācība apvienojumā ar praktisku pieredzi.*
- *Būtu efektīvi parādīt digitalizācijas ietekmi uz biznesa ienākumu palielināšanos, lai palielinātu sievieti motivāciju veltīt savu laiku apmācībai.*
- *Digitalizācijas apmācību saturam vajadzētu būt pielāgotam sievieti – uzņēmēju vajadzībām, ņemot vērā viņu tehniskās zināšanas, kas parasti ir vājas.*

Informācija, kuru iegūva pētījumos, tika izmantota, lai izstrādātu Mācību modeļa struktūru un saturu.

4: Mācību modelis

MĀCĪBU MODEĻA NOSAUKUMS

Digitalizācijas ekspertu MĀCĪBU MODELIS piedāvātais nosaukums:

IGI Women – Treneru instrumentu komplekts

DIGI-WOMEN partneri arī piedāvāja iespējamus nosaukumus digitalizācijas apmācībām, kas domātas sievietēm uzņēmējām (nepieciešams pielāgot, tulkojot nacionālajās valodās):

- SIEVIETES DARBĪBĀ! KĀ UZLABOT BIZNESU, PATEICOTIES IKT RĪKIEM
- Jauna pieeja sievietēm – uzņēmējām digitālās transformācijas sasniegšanai
- Gūsti panākumus digitalizējot savu biznesu!
- Paātrināta digitalizācija jaunai radošai ekonomikai (ADVANCE)
- Mācību pieredze speciālām digitālo sieviešu uzņēmēju grupām - LET'S GO Digi WE
- Sievietes – uzņēmējas digitalizējieties! (We Go Digi)
- Jaunās sievietes – uzņēmējas – digitālie rīki praktiskai apmācībai (NEW DIGITALS)
- DigiWomen apmācību moduļi - DIGTM vai DiWoTM
- DIGI women: digitālās kompetences biznesa sievietēm
- Digitālās vērtības uzkrāšana jaunam konkurētspējīgam uzņēmumam (ADVANCE).

MĀCĪBU MODEĻA ATBILSTĪBA

MĀCĪBU MODELIS mērķis ir apmācīt digitalizācijas ekspertus, lai tie spētu palīdzēt sievietēm – uzņēmējām, kas nonākušas grūtībās paaugstināt konkurētspēju un biznesa ilgtspēju, izmantojot digitālos rīkus. Covid-19 pandēmija ir apliecinājusi faktu, ka digitalizācija vairs nav izvēle, bet nepieciešamība. Patiešām, krīze ir palielinājusi mazā biznesa atkarību no tehnoloģijām un pierādīja digitalizācijas svaerīgumu. Uzņēmums, kas ir vairāk digitāli nobriedis ātrāk adaptējas tirgus izmaiņām un palielina savus ienākumus. Šobrīd, visās DIGI-WOMEN partner valstīs ir pieejami tikai daži apmācību kursu piemēri, kas specifiski pielāgoti sievietēm – uzņēmējām.

MĀCĪBU MODELIS izveides svarīgumu apliecina arī pētījuma rezultāti, kas veikti 7 partneru valstīs un liecina par sekojošo:

- *Digitalizācija var padarīt uzņēmējus konkurētspējīgākus, palielināt klientu skaitu, ienākumus un peļņu.*
- *Fakts, ka ar IT saistītās profesijās strādā mazāk sieviešu nekā vīriešu, nozīmē, ka sieviešu IT prasmes ir zemākas nekā vīriešiem.*
- *Kopumā mazā biznesa digitalizācijas līmenis ir zemāks (kā ziņots Grieķijas, Bulgārijas, Horvātijas un Latvijas gadījumos)*
- *Sieviešu – uzņēmēju skaits palielinās, bet viņas joprojām pārsvarā darbojas mikrouzņēmumu līmenī. Digitalizācija var stimulēt turpmāku izaugsmi.*

- *Lielākā daļa digitalizācijas apmācību domātas jau labi apmācītiem lielo uzņēmumu darbiniekiem.*
- *Pieejamie apmācību kursi bieži vien piedāvā apgūt specifiska produkta lietošanu, bet neņem vērā uzņēmuma specifiskas vajadzības, ko nosaka tā piederība pie noteiktas uzņēmumu grupas pēc nodarbināto skaita, klases, piederības noteiktai industrijai, kā arī pamata tehnoloģijai, kas tiek izmantota to darbībā.*
- *Mazāki uzņēmumi sastopas ar barjerām IKT rīku pārņemšanā (maza absorbcijas spēja).*

POTENCIĀLIE ORGANIZATORI UN PARTNERI MĀCĪBU MODEĻA IEVIEŠANĀ

Sistēmiska digitalizācijas apmācību programmai, ko izveidojušas un īsteno sievietes – uzņēmējas, varētu lietot dažādas apmācību organizācijas – publiskās, privātās un bezpeļņas, kuras spēj piesaistīt ekspertus ar atbilstošām zināšanām un prasmēm. Būtisks elements, kas nosaka interesi šādā programmā ir modelis, kas segs ieviešanas izmaksas, ņemot vērā mērķa grupas – sieviešu uzņēmēju, kas nonākušas biznesa grūtībās, ierobežotos finanšu resursus.

Ja nepieciešams, programmu iespējams ieviest vienīgi tiešsaistes formā, kas nozīmīgi samazinās ieviešanas izmaksas. Šīs programmas ieviešana tirgū arī ir iespējama, bet tādā gadījumā tā sasniegt tikai tās sievietes – uzņēmējas, kas var ieguldīt nepieciešamos līdzekļus.

Ievērojamu lomu programmas popularizēšanā var spēlēt sieviešu – uzņēmēju asociācijas (tādas kā SEGE Grieķijā, Female Founders – Austrijā vai Starptautiskās biznesa sievietes Horvātijā), darba devēju organizācijas (tādas kā biznesa kameras Grieķijā, Tirdzniecības kamera Itālijā vai Horvātijas Darba devēju organizācija), universitātes, sabiedriskās organizācijas (tādas kā publiskās bibliotēkas, kuras var nodrošināt pieeju tiešsaistes apmācībām Latvijā), kā arī organizācijas, kas specializējušās apmācībās ekonomikas un vadības jautājumos.

Sievietēm – uzņēmējām, kurām nav nepieciešamākie līdzekļi, jāpiedāvā alternatīvas un pieejamas iespējas turpmāk uzlabot prasmes sava biznesa digitalizācijai ar ierobežotu vai nulles budžetu (piemēram, piedaloties apmācībās, mentoringā vai konsultācijās, ko piedāvā dažādas mērķtiecīgas grantu programmas, kuras ievieš sieviešu – uzņēmēju organizācijas vai citi tirgus dalībnieki.).

MĀCĪBU MODELI var izmantot arī konsultanti vai treneri, kā papildus zināšanu element darbā ar sievietēm – uzņēmējām, kā mērķa grupu.

IEROSINĀTĀ MĒRĶA AUDITORIJA, ĪSTENOŠANAS JOMA UN DINAMIKA

Mērķa grupa programmas ieviešanai ir digitalizācijas eksperti (tādi, kas strādā kā neatkarīgi eksperti, lielas korporācijas vai organizācijas, vai student – jauni eksperti, kurus varētu apmācīt, izmantojot šo Mācību modeli un tādējādi gūt reālu praktisku pieredzi, palīdzot sievietēm – uzņēmējām, savu uzraugošo profesoru pārraudzībā), kamēr gala saņēmēji ir sievietes – uzņēmējas, kurām ir biznesa grūtības.

Izvērtējot esošos specializētos biznesa digitalizācijas konsultāciju un apmācību piedāvājumus 7 partneru valstīs, tika spēcīgi atbalstītas sekojošas **rekomendācijas programmas ieviešanai**:

- Dalībnieku grupām nevajadzētu būt lielākām par 20 dalībniekiem digitalizācijas ekspertu apmācību gadījumā un par 12 dalībniekiem sieviešu – uzņēmēju apmācību gadījumā (ievērojot pakāpenisku vadītu apmācību pieeju).
- Programmas īstenošanas dinamika būtu atkarīga no pieejamiem resursiem tās ieviešanai, bet būtu ieteicami īstenot apmācības atbilstoši šim Mācību modelim vairākas reizes gadā.

PROGRAMMAS APMĀCĪBU REZULTĀTI

Pēc programmas, kas balstīta uz šo Mācību modeli, pabeigšanas, treneri sapratīs sieviešu – uzņēmēju, kas nonākušas biznesa grūtībās, apstākļus un vajadzības, un pielāgos savus pakalpojumus atbilstoši šīs situācijas nosacījumiem. Viņi spēs arī pielāgot savas izmantotās metodes un instrumentus sieviešu – uzņēmēju specifiskajām vajadzībām. Viņi iegūs zināšanas un prasmes saistībā ar digitalizācijas praktisko vajadzību identificēšanu mikrouzņēmumu vadības pamata funkciju nodrošināšanai.

Pēc programmas pabeigšanas digitalizācijas eksperti iegūs zināšanas par:

- Sieviešu – uzņēmēju, kas nonākušas biznesa grūtībās, izaicinājumiem un specifiskām vajadzībām.
- Piemērotām metodēm, lai pārnestu zināšanas īpašai mērķa grupai - sievietēm – uzņēmējām, kas saskārušās ar biznesa grūtībām.
- Motivācijas tehnikām, lai motivētu sievietes – uzņēmējas sasniegt savus mērķus.
- Piemērotiem pasākumiem digitalizācijas jomā, kurus sievietes uzņēmējas (kas nonākušas grūtībās, var izmantot, lai uzlabotu savu biznesa veiksmi.

Vispārējās kompetences, zināšanas un prasmes pēc programmas pabeigšanas:

- Spēja izmantot zināšanas praktiskā situācijā.
- Spēja pielietot pedagoģiskās apmācību metodes sievietēm – uzņēmējām, kā īpašai auditorijai.
- Izpratne par specifisku biznesa modeli un vadības pieejām, kas tipiski sieviešu vadītiem mikro- un mazajiem uzņēmumiem.

- Tiešsaistes rīku un metožu izmantošana apmācību mērķiem, kā arī zināšanu elementi par to, kā izmantot dažādas metodes tiešsaistes apmācībās, piemēram gamifikācijas paņēmieni, hakatons, u.c.
- Pedagoģiskas prasmes un spējas, lai strādātu ar cilvēkiem ar zemu IT pratības līmeni.

Specifiskas kompetences, zināšanas un prasmes pēc programmas pabeigšanas:

- Eksperti būs spējīgi nodrošināt apmācības par to, kā atrast biznesa ideju, izmantojot interneta resursus.
- Eksperti būs spējīgi nodrošināt apmācības par to, kā izstrādāt biznesa planus digitalizācijas projektiem.
- Eksperti varēs nodrošināt apmācības par to, kā izstrādāt, izvietot, analizēt un reklamēt mājas lapu bez (vai ar minimāliem) naudas līdzekļiem.
- Eksperti varēs nodrošināt apmācības par to, kā strādāt ar sociālo mediju marketingu uzņēmējiem..
- Eksperti varēs informēt par mājas lapas izveides un analītikas pamatlietām.
- Spēja reklamēt mājas lapu interneta meklētājos, neizmantojot (vai minimāli izmantojot) naudas līdzekļus šiem pasākumiem.
- Spēja izveidot reklamēšanas stratēģiju sociālajos medijos mikro / mazajam biznesam.

APMĀCĪBU METODES UN RĪKI

Lai palielinātu digitalizācijas ekspertu kapacitāti zināšanu pārneses nodrošināšanai sievietēm – uzņēmējām, kas nonākušas biznesa grūtībās, svarīgi pielietot un pielāgot specifiskas pedagoģiskās un apmācību metodes pieaugušajiem. Piemērotākās apmācību metodes un rīki šī Mācību modeļa ieviešanai ir sekojoši:

- Tiešās apmācības (*face-to-face*)
- Uz student centrēta pieeja
- Uz pieprasījumu balstīta pieeja
- Personalizētā apmācība
- Specifisku risinājumu demonstrēšana, individuālo un grupas projektu veidošana
- Tiešsaistes platformu un rīku izmantošana lekcijām
- Lekciju iepriekšēja ierakstīšana un to pieejamības nodrošināšana tiešsaistē
- Pilns apmācību cikls
- Gamifikācijas tehniku izmantošana, kombinējot apmācības ar sociālajām aktivitātēm, lai risinātu radošus uzdevumus
- Hakatona formāta izmantošana interakcijai un ideju ģenerēšanai
- Digitāli risinājumi virtuālo apmācību aktivitāšu īstenošanai
- Tiešsaistes grupu semināru teorētisku jautājumu risināšanai
- Gadījumu pētījumu (*case studies*) un labo prakšu analīze

- Interaktīvi elementi.

PROGRAMMAS DALĪBNIKU NOVĒRTĒŠANA

Lai novērtētu programmas dalībnieku - digitalizācijas ekspertu iegūto kompetenci, piemērotākās metodes, kas balstās uz šo Mācību metodi, ir sekojošas:

- Tiešsaistes novērtēšanas aptaujas pēc katra moduļa pabeigšanas, kā arī visas apmācības beigās;
- Gala eksāmens – zināšanu pielietošana gadījumu pētījumu (case studies) problēmu risināšanā – prezentācijas sagatavošana, tās mutiska prezentēšana un tālāka paskaidrošana, kā mutiskais eksāmens.

Paildus, katrs modulis savā aprakstā ietver piemērotāko metodi dalībnieku novērtēšanai.

MĀCĪBU MODEĻA SATURS

Mācību modelis sastāv no **4 obligātajiem** modeļiem, no kuriem katrs ilgst 12 mācību stundas. Bez tam, papildus obligātajiem moduļiem, dalībnieki var izvēlēties vismaz 4 izvēles modulius no **10 tematiskajiem** moduļiem (saistīti ar digitalizāciju, mazā biznesa vadību un sieviešu uzņēmējdarbību) un **3 pedagoģisko prasmju attīstības moduļiem**, no kuriem katrs ilgst 8 mācību stundas.

Tematiskie moduļi ir strukturēti tā, ka to saturs ietver zināšanas, kuras var tikt izmantotas darbam ar sievietēm – uzņēmējām un kalpo kā “sieviešu vadītā mazā biznesa digitalizācijas instrument komplekts”.

DIGI-WOMEN partneru organizāciju izveidoto obligāto un izvēles moduļu saraksts

	OBLIGĀTIE MODUĻI	IZVĒLES MODUĻI
	Digitalizācija kā rīks sieviešu vadītu biznesu konkurētspējas paaugstināšanai	
	MVU praksē visbiežāk izmantotie digitālie rīki	
	BMC – Businessa Modeļa Kanvas	
	MVU vadība un marketinga	
TEMATISKIE MODUĻI		Projektu vadība, laika plānošana un darba-dzīves līdzsvarošana Sieviešu uzņēmējdarbība Kiberdrošība e-komercijai Informācija un datu pratība Biznesa sarunu vešana Kā digitalizācija var palīdzēt atrast vairāk / jaunus klientus Inovācijas process – biznesa ideju ģenerēšana un pamatošana Mājas lapas izveide, analīze un reklamēšana Sociālo mediju mārketinga (SMM) & sociālo tīklu praktiska izmantošana biznesa vajadzībām Digitālo tehnoloģiju izmantošana - Bitrix24.CRM sistēmas piemērs
PEDAGOĢISKO PRASMJU ATTĪSTĪŠANA		Veiksmīga tiešsaistes apmācību veidošana Digitalizācijas ekspertu zināšanu un prasmju attīstīšana Efektīvas metodes sieviešu – uzņēmēju apmācībai

MODUĻU APRAKSTI (SYLLABUSES)

Moduļa nosaukums	Digitalizācija kā rīks sieviešu vadītu biznesu konkurētspējas paaugstināšanai			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	<ul style="list-style-type: none"> - Padziļinātas zināšanas un prasmes sieviešu uzņēmējdarbības un digitalizācijas jomās; - Prasmes izmantot apmācību metodes un tehnikas, lai īstenotu interesantu un praktiski orientētu mācību procesu, kas atbilst pieaugušo apmācības specifijai; - Vismaz 3 gadu mācīšanas un/vai konsultēšanas pieredze, dodot priekšrocību uzņēmējdarbībai un/vai mazā biznesa vadībai, vai arī divu gadu pieredze vadošā amatā. 			
	Obligāti		Izvēles	
Stundu skaits moduļa apgūšanai	12 stundas			
Moduļa mērķis				
Moduļa mērķis ir sniegt digitalizācijas ekspertiem noderīgas zināšanas par problēmu, ar kurām sievietes – uzņēmējas visbiežāk sastopas, vadot savus biznesus, kā arī par iespējamām risinājumiem, kādus var panākt, izmantojot pieejamos digitālos rīkus.				
Moduļa saturs				
<p>Biznesa modeļa analīze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkurētspējīgo priekšrocību un galveno kompetenču veidošana; piedāvāto preču un pakalpojumu vērtība un vērtības veidošana; klientu mērķa grupas; distribūcijas kanāli; attiecības ar klientiem; piedalīšanās tīklos; izmaksu struktūra; peļņas modelis. <p>Digitālo problēmu risināšanas rīki:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sociālo mediju organiskie rīki, e-pasta mārketingi, reklāmu programmēšana, video hostings, satura veidošana un kūrešana, mājas lapas analīze, klientu serviss, meklētāja optimizēšana, pielāgots mārketingi. 				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<ul style="list-style-type: none"> - Iegūtas zināšanas un prasmes uzņēmuma biznesa modeļa problēmu identificēšanā, kas risināmas ar digitāliem rīkiem; 				

- iegūtāas zināšanas par specifiskiem digitālajiem rīkiem specifisku biznesa problēmu risināšanai;
- iegūtas zināšanas un prasmes, lai sagatavotu plānu pakāpeniskai plāna-programmas ieviešanai un digitāloinstrumentu efektīva izmantošana.

Moduļa dalībnieku izvērtēšana

Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
----------------------------	-------	-------------------	----------	--------------

Literatūra

Zott, C., & Amit, R. (2007). Business model design and the performance of entrepreneurial firms. *Organization Science*, 18(2), 181–199. doi:10.1287/orsc.1060.0232

Garden, G. (2014). Shopping for a cause: The hybrid business model.

Mahadevan, B. (2000). Business models for internet-based e-commerce: An anatomy. *California Management Review*, 42(4), 55–69. doi:10.2307/41166053

Moduļa nosaukums	MVU praksē visbiežāk izmantotie digitālie rīki			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	<ul style="list-style-type: none"> - Padziņinātas zināšanas un prasmes mazā biznesa digitalizācijas jomā, zināšanas par apmācību tēmām; - Prasmes apmācību metožu pielietošanā, kā arī tehnika atraktīva un praktiski orientēta apmācību procesa nodrošināšanai, kas ir piemērots pieaugušo apmācības specifikai.; - Vismaz trīs gadu pieredze apmācībā un/vai konsultēšanā, dodot priekšroku biznesa digitalizācijai vai/un mazā biznesa mārketingam, vai arī divu gadu pieredze darbā, kam nepieciešama galvenā kompetence digitālajā marketingā. 			
	Obligāti		Izvēles	
Stundu skaits moduļa apgūšanai	12 stundas			
Moduļa mērķis				
Moduļa mērķis ir sniegt praktiskas zināšanas par visbiežāk lietotajiem digitālajiem rīkiem un uzlabot prasmes to lietošanā, strādājot ar sievietēm – uzņēmējām.				
Moduļa saturs				
Mārketinga pētnieciskie rīki, mārketinga analītiskie rīki, sociālo mediju mārketinga rīki, satura mārketinga rīki, e-pasta mārketinga rīki, e-komercijas mārketinga rīki, mārketinga automatizācijas rīki, mārketinga ziņošanas rīki, digitālās reklamēšanas rīki, sociālo mediju analītikas rīki, video rediģēšanas un veidošanas programmatūra, aptauju rīki, influenceru mārketinga platformas, atsauksmju un saistītie mārketinga rīki, A/B testēšanas izmantošanas & lietotāju pieredzes rīki biznesa uzsākšanai: Trello, Hootsuite, KISSmetrics, Followerwonk, All in One SEO Pack, BuzzSumo, Crazy Egg, UberSuggest, CoFoundersLab, OmniFocus.				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<ul style="list-style-type: none"> - Apgūtas zināšanas par pamata digitālajiem rīkiem un spēja izvēlēties piemērotu rīku komplektu specifiskā biznesa kontekstā atbilstoši uzņēmuma vajadzībām un ierobežojumiem. - Prasmes, kas nepieciešamas specifisku rīku izmantošanai specifiskiem uzdevumiem. 				

Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
Literatūra				
<p>Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital marketing: strategy, implementation and practice, 6th ed.</p> <p>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).</p> <p>Lockett, O., & Casey, M. (2016). The Social Organism: A Radical Understanding of Social Media to Transform Your Business and Life. Hachette UK.</p> <p>Patten, D. (2001). Successful marketing for the small business. Kogan Page Publishers.</p>				

Moduļa nosaukums	BMC – Businesa Modeļa Kanvas			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Vadības konsultants – mārketinga eksperts			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	12 stundas			
Moduļa mērķis				
Sniegt zināšanas par BMC rīka izmantošanas mērķi, struktūru un pielietojamību sieviešu vadīta biznesa tirgus pozīcijas analizēšanai.				
Moduļa saturs				
<p>The business model of an organization by using BMC tool can be described with 9 basic elements:</p> <ul style="list-style-type: none"> - klientu segments - vērtības piedāvāšana, preču un pakapojumu vērtība atbilstoši katram segmentam; - kanāli klientu sasniegšanai; - attiecības ar klientiem; - ienākumu plūsma, ienākumu ģenerēšana; - uzņēmuma galvenie resursi; - galvenās aktivitātes efektīva biznesa modeļa veidošanai; - galvenie partneri, ar kuriem uzņēmums sevi vēlas sadarboties/identificēties, lai veidotu pievienoto vērtību savam klientam; - resursu, aktivitāšu un galveno partner izmaksu struktūra, biznesa veiksmi kritisko faktoru. <p>Identifying critical factors of business success that can become the foundation for creation of digital strategy; focusing on what is truly distinctive for the company.</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
To be capable to identify and describe business model of any business by using Business Model Canvas tool.				
Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija

Literatūra

Osterwald, A., Pigneur, Y. (2010) *Business Model Generation*, John Wiley & Sons, Inc.

Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. *Organization & Environment*, 29(2), 156-174.

Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., & Llorca Mestre, A. (2018). Factors affecting entrepreneurship and business sustainability. *Sustainability*, 10(2), 452.

Moduļa nosaukums	MVU vadība un marketings			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Mazā biznesa vadības treneris un/vai mārketinga eksperts			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	12 stundas			
Moduļa mērķis				
Šī moduļa mērķis ir palīdzēt digitalizācijas ekspertiem izprast, kā uzlabot biznesa mārketinga stratēģu un palīdzēt sievietēm – uzņēmējām pielietot uz klientu vērstu pieeju biznesa iespēju izmantošanai.				
Moduļa saturs				
<p>MVU un liela mēroga uzņēmumu salīdzinošais raksturojums. MVU vadības un mārketinga specifiskas iezīmes</p> <p>MVU stratēģiskā vadība</p> <p>MVU mārketinga vadība</p> <p>Mārketinga mix un mārketinga plāns</p> <p>Aktuālās mārketinga inovācijas – pēdējās tendences</p> <p>Izvietojums, ārējais un iekšējais mārketinga. E-komercija</p> <p>Kvalitātes vadība un MVU operacionālais process</p> <p>Inventāra un krājumu vadība MVU</p> <p>MVU informācijas plūsmas vadība</p> <p>MVU personāla vadība</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
Pēc šī moduļa pabeigšanas digitālie eksperti iegūs pamata zināšanas par mārketingu un biznesa vadību, lai varētu labāk izprast biznesa sieviešu mērķus un biznesa izaugsmes perspektīvas, lai varētu atbilstoši pielāgot digitālos rīkus katras sievietes – uzņēmējas vajadzībām.				

Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
Literatūra				
<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>				

Moduļa nosaukums	Projektu vadība, laika plānošana un darba – ikdienas dzīves līdzsvarošana			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Project management expert			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Šī moduļa mērķis ir gūt zināšanas par projekta vadības fāzēm, kas nodrošina efektīvu laika vadību, kā arī prasa plānošanu, projekta aktivitāšu monitorēšanu un kontrolēšanu. Dalībnieki iemācīsies pielietot laika vadības pieeju, kā arī sabalansēt savu ikdienas biznesu un sadzīvi.				
Moduļa saturs				
<p>Projekta laika vadības septiņi galvenie procesi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Laika plānošanas vadība:</i> Daudzi resursi nemin šo procesu, runājot par laika plānošanu. Taču pirms jūs varat veikt citus soļus, jums jāplāno, kā jūs vadīsiet savu laika plānu. <i>Aktivitāšu definēšana:</i> Tiklīdz jums ir laika vadības plāns, jūs varat identificēt un definēt savas projekta aktivitātes. Bieži vien tiek izmantota darba dalījuma struktūra (work breakdown structure – WBS), lai projekta ietvaros definētu aktivitātes un uzdevumus. Jānosaka arī galvenie atskaites punkti. <i>Aktivitāšu secīga sakārtošana:</i> Tad, kad zināmi visi uzdevumi, kas jāpaveic, tos jāsaliek pareizā secībā, izmantojot tīklošanās diagrammu. <i>Resursu aprēķināšana:</i> projektu vadībā termins ‘resursi’ bieži vien ir attiecināms uz cilvēkiem. Tomēr jums arī jānosaka, kādi instrumenti, materiāli, sistēmas, budžets un citi resursi, būs nepieciešami, lai paveiktu katru uzdevumu. <i>Termiņu novērtēšana:</i> Tiklīdz jums zināms, kādi uzdevumi jāpaveic un, kas tam nepieciešams, jānovērtē, cik ilgs laiks vajadzīgs, lai pabeigtu katru aktivitāti. Daži projektu vadītāji izmanto PERT (Program Evaluation Review Technique/ Programmas novērtēšanas pārskata metode), lai noteiktu terminus, īpaši, ja ir ļoti daudz nezināmi faktori. <i>Projekta laika grafika izveidošana:</i> Tas paveicams, ievietojot jūsu aktivitātes, terminus, sākuma un beigu datumus un secību plānošanas programmā. <i>Laika grafika kontrole:</i> Tiklīdz jūsu laika grafiks ir izveidots, to nepieciešams monitorēt un kontrolēt. Sasniegtais progress regulāri jāpārskata un jāatjauno, lai varētu salīdzināt savu paveikto darbu ar iepriekš plānoto. Tas palīdzēs noteikt, vai ir kādas jomas, kurās jūs esat palicis ārpus plānotā grafika. <p>Modulis arī ietvers:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalībnieku ikdienas biznesa dzīves analīzi un tādu izaicinājumu noteikšanu, kurus varētu atrisināt/ uzlabot ar labu laiku vadību; - Aplikāciju/ digitālo rīku ieviešanu projekta un laika vadīšanai. 				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri /	Prakse	Individuālie	Multimediji

	darbnīcas		uzdevumi	un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
Dalībnieki iegūs zināšanas par to, kā ieviest projekta vadības principus, kā arī uzzinās par bezmaksas rīkiem projektu/ laika vadīšanai, kā arī to, kā uzlabot projektu vadību un laika plānošanu savā biznesā.				
Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
Literatūra				
<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>				

Moduļa nosaukums	Sieviešu uzņēmējdarbība				
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	<ul style="list-style-type: none"> - Padziļinātas zināšanas sieviešu uzņēmējdarbības jomā; - Prasmes apmācību metožu pielietošanā, kā arī tehnika atraktīva un praktiski orientēta apmācību procesa nodrošināšanai, kas ir piemērots pieeaugušo apmācības specifikai.; - Vismaz trīs gadu pieredze apmācībā un/vai konsultēšanā, dodot priekšroku uzņēmējdarbībai vai/un mazā biznesa vadībai, vai arī divu gadu pieredze vadītāja darbā. 				
	Obligāti	Izvēles			
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas				
Moduļa mērķis					
<p>Šī moduļa mērķis ir iegūt padziļinātas zināšanas par sieviešu vadītu uzņēmumu raksturīgākajām īpašībām.</p>					
Moduļa saturs					
<p>Motivācija specifiski sievietēm, lai uzsāktu uzņēmējdarbību:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neapmierinātība ar karjeras iespējām lielās organizācijās; - Vēlme līdzsvarot darbu un sadzīvi - Vēlme īstenot savu biznesa ideju <p>Ekonomiskās aktivitātes (jomas), kurā sievietes dod priekšroku, specifiskas uzņēmējdarbības un vadības prasmes.</p> <p>Sieviešu – uzņēmēju uzņēmējdarbības un vadības prasmju veidošanas nepieciešamības novertējums.</p> <p>Efektīvas pieejas sieviešu – uzņēmēju apmācībai un konsultēšanai</p>					
Apmācību metodes un rīki					
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets	
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____	
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem					
<ul style="list-style-type: none"> - Laba izpratne par sieviešu – uzņēmēju un vadītāju raksturīgākajām iezīmēm. - Prasmes novērtēt sieviešu - uzņēmēju uzņēmējdarbības un vadības prasmju uzlabošanas vajadzības - Prasmes pielāgot apmācību metodes sieviešu – uzņēmēju apmācībai un treniņam 					

Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
Literatūra				
<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>				

Moduļa nosaukums	Kiberdrošība e-komercijai			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Jurisprudence un / vai IT ekspertīze			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Viedot pietiekamas zināšanas un prasmes par kiberdrošību e-komercijas jomā, kas ir vitāli svarīgi veiksmīgam biznesam digitālajā vidē.				
Moduļa saturs				
<p>Atbilstības un kiberdrošības koncepti.</p> <p>Lielākie e-komercijas draudi: pikšķerēšana, “ļauņprātīga programmatūra”, SQL injekcija, starpvietu skriptošana (XSS), e-sīkšana.</p> <p>Vispārējā datu aizsardzības regulēšana (GDPR) Eiropas Savienībā</p> <p>Personas datu un informācijas drošība e-komercijā.</p> <p>Maksājumu karšu industrijas datu drošības standarts (PCI DSS).</p> <p>Transporta slāņa drošība (TLS), ekure ligzdu slānis (SSL) un HTTPS autentifikācija.</p> <p>Daudzfaktoru autentifikācija (MFA), 2 faktoru autentifikācija (2FA) vai divpakāpju verifikācija.</p> <p>Izplatītais pakalpojuma atteikums (DDoS).</p> <p>Ļaunprogrammatūra un lielapjoma programmatūra.</p> <p>Labās prakses e-komercijas drošībā</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<p>Moduļa noslēgumā tā dalībnieki (digitalizācijas eksperti) spēs palīdzēt sievietēm uzņēmējām:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ieviest drošības monitoringu un uzturēšanu savā biznesā; - Sniegt iespēju klientiem drošu iepirkšanās iespēju; - Nodrošināt labu paroļu higiēnas praksi, paturot prātā, ka jānoklikšķina uz saitēm un jālejupielādē pielikumi no e-pasta, kā arī regulāri jāpārskata trešās puses integrēšana 				

Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
Literatūra				
<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>				

Moduļa nosaukums	Informācija un datu pratība			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	IT, statistikas & komunikācijas eksperts			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Šis modulis palīdzēs tā dalībniekiem 1) noteikt datu akurātumu, atbilstību un vispusīgumu; 2) atzšķirt faktus, viedokļus un uzskatus; 3) identificēt pareizu un maldinošu informāciju; 4) pareizi izvēlēties datus atbilstoši problēmai vai aktuālajam jautājumam.				
Moduļa saturs				
Informācijas pratības standarti; informācijas lasīšana, interpretēšana un izvērtēšana; Vadības Informācijas Sistēmas (MIS); Rīki datu pieejamībai, konvertēšanai un manipulēšanai; Datavietņu avotu izvērtēšana; Statistikas analizēšana un izvērtēšana; Atklājumu, secinājumu un rekomendāciju komunicēšana; kritiskās domāšanas perspektīva; individuālu datu pratības prasmju noteikšana – pašnovērtējums.				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
Pēc moduļa pabeigšanas tā dalībnieki (digitalizācijas eksperti) varēs apmācīt sievietes – uzņēmējas, lai: <ul style="list-style-type: none"> - iegūtu informācijas pratības zināšanas, lai spētu izvērtēt informāciju kritiski un kompetenti; - Izprastu strukturētu vaicājumu valodu (SQL), relāciju datu bāzes (piemēram, MS Access), datu manipulēšanas paņēmienus, statistikas programmatūru (piemēram, SPSS, STATA, Minitab un MS Excel) un datu prezentācijas programmatūru (piemēram, MS Excel un MS PowerPoint). 				

Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
Literatūra				
<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>				

Moduļa nosaukums	Biznesa sarunu vešana			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Biznesa sarunu vešanas treneris vai eksperts			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Padziļināt zināšanas par biznesa sarunu vešanas procesu, tā stratēģijām un tehnikām, liekot uzsvāru uz biznesa sarunu vešanas procesa izmaiņām digitalizācijas laikmetā.				
Moduļa saturs				
<p>Biznesa sarunu vešanas process</p> <p>Sarunu vešana digitalizācijas laikmetā</p> <p>Biznesa sarunu vešanas ētiskie aspekti</p> <p>Sarunu sagatavošanas stratēģijas</p> <p>Biznesa sarunu risinājumi</p> <p>Sarunu vešanas taktika attiecību uzturēšanai</p> <p>Paņēmienu, kā izvairīties no kopīgu darījumu sarunu kļūdām</p> <p>Pārdošanas sarunu vešanas paņēmienu</p> <p>Tiešsaistes sarunu vešanas process</p> <p>Biznesa sarunu vešanas piemēri</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<p>Moduļa beigās katrs tā dalībnieks (digitalizācijas eksperts) varēs apmācīt sievietes – uzņēmējus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lietot “soli-pa-solim” paņēmienus, lai izvairītos no kopīgu darījumu sarunu kļūdām; - Apgūt pārliecinošus biznesa sarunu vešanas risinājumus business negotiation solutions; - Spēt vest sarunas, izmantojot digitālos rīkus. 				

Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisk s eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
Literatūra				
<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>				

Moduļa nosaukums	Kā digitalizācija var palīdzēt atrast vairāk / jaunus klientus			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Web analists, SEO-eksperts, tiešsaistes mārketinga eksperts			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
<p>Iegūt skaidru pārskatu par uzņēmuma klientu mērķa grupu.</p> <p>Iemācīties izmantot tiešsaistes kanālus, lai piekļūtu jauniem klientiem.</p> <p>Iegūt zināšanas par mazu tiešsaistes reklāmas kampaņu budžetēšanu.</p>				
Moduļa saturs				
<p>Personas prezentācija (Avatars mērķa grupai)</p> <p>Timekļa vietnes seo-check</p> <p>Paraugprakses piemēri tiešsaistes mārketinga kampaņai</p> <p>Atskaites punktu plāna izveide pašu tiešsaistes mārketinga kampaņai</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<ul style="list-style-type: none"> - Informācijas iegūšana par to, kā sasniegt mērķa grupu - Mērķa grupas tiešsaistes skārienpunktu atrašana - Iedvesmas gūšana mārketinga kampaņai un tehniskajam risinājumam - Skaidra informācija par to, ko darīt pašiem un ko deleģēt ekspertiem 				
Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija

Literatūra

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*.

Moduļa nosaukums	Inovācijas proces – Jaunu biznesa ideju ģenerēšana un pamatošana			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	<ul style="list-style-type: none"> - T ieredze uzņēmēju apmācīšanā. - Prasme apmācīt apgūt šādus mācību rīkus: prezentāciju pasniegšana, dalībnieku prezentāciju organizēšana, materiālu diskusiju organizēšana, minigrupas darba organizēšana, dalībnieku darba vadīšana internetā un mobilajās lietojumprogrammās. - Prasme iemācīt dalībniekiem analītiskas prasmes, piemēram, lai veiktu dažādu ideju SWOT analīzi. - Trenerim jāzina, kā tiek izstrādāts biznesa plāns, jāzina mārketinga plāna izveides specifika, ražošanas plāns, organizatoriskais plāns un vadība, finanšu plāns un risku analīze. 			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Iemācīt digitalizācijas ekspertiem ideju ģenerēšanas procesu.				
Moduļa saturs				
<p>1. Apmācīt meklēt uzņēmējdarbības iespējas un ģenerēt atbilstošas biznesa idejas Mācību dalībnieki iepazīsies ar iespējām meklēt uzņēmējdarbības iespējas un ģenerēs idejas daudzsoļam biznesam internetā.</p> <p>2. Biznesa idejas pamatojums. Biznesa plāns. Mārketinga plāns Mācību dalībnieki iepazīsies ar biznesa plāna struktūru. Katrs dalībnieks uzrakstīs projekta mārketinga plānu.</p> <p>3. Ražošanas plāns, organizatoriskais plāns un vadība.</p> <p>4. Finanšu plāns</p> <p>5. Dalībnieku projektu prezentācijas</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
Moduļa beigās tā dalībnieki (digitalizācijas eperti) varēs apmācīt sievietes uzņēmējas:				

- izstrādāt idejas un pielietot tehnoloģijas preču un pakalpojumu uzlabošanai vai ražošanas efektivitātes paaugstināšanai;
- apzināties, kā digitālie rīki maina darbību, sadarbību un organizācijas.

Moduļa dalībnieku izvērtēšana

Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
----------------------------	-------	-------------------	----------	--------------

Literatūra

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. *Journal of Product Innovation Management*, 38(1): 192-215.
5. Muller C. 2011. *Apple's Approach Towards Innovation and Creativity*. GRIN.

Moduļa nosaukums	Mājas lapas izveide, analīze un reklamēšana			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Tehniskas prasmes, jāspēj veidot dialogu ar auditoriju, jābūt padziļinātai izpratnei par dažādiem veidiem mājas lapas izveidošanai, izmantošanai, analīzei un reklamēšanai, kā arī zināšanām par mājas lapas raksturīgākām iezīmēm. Jāprot veidot un izmantot pakalpojumi, ko sniedz Tilda un Google Analytics.			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	12 stundas			
Moduļa mērķis				
Apmācību programma ir vērsta uz digitalizācijas ekspertu zināšanu uzlabošanu, t.sk. par interneta resursu attīstību, izmantošanu, analīzi un reklamēšanas iespējām internetā.				
Moduļa saturs				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Interneta resursu izstrādes, izvietojšanas, analītikas un veicināšanas nepieciešamības pamatojums. 2. Dažādu risinājumu apsvēršana šīs problēmas risināšanai. Apmācības dalībnieki iepazīsies ar dažādām iespējām, kā risināt savas interneta resursu izstrādes, izvietojšanas, analītikas un popularizēšanas problēmas. 3. Tīmekļa vietnes izstrāde bez programmēšanas zināšanām (izmantojot Tilda konstruktoru) 4. Izstrādātās tīmekļa vietnes izvietojums internetā (izmantojot bezmaksas Tilda viesošanas) 5. Tīmekļa vietnes galveno rādītāju analīze Apmācības dalībnieki iegūs vispārēju izpratni par tīmekļa vietnes rādītāju analīzi, kā arī galvenajiem analīzes parametriem Google Analytics rīkā 6. Tīmekļa vietnes reklamēšana meklētājprogrammās Apmācības dalībnieki iepazīsies ar dažādiem tīmekļa vietņu veicināšanas mehānismiem meklētājprogrammās (satura radīšana, lietojamības kļūdu novēršana, reklāma u.c.) 				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
Pēc mācībām dalībnieki uzzinās: <ul style="list-style-type: none"> - dažādas iespējas, kā risināt problēmas saistībā ar interneta resursu izstrādi, izvietojšanu, analīzi un veicināšanu, un šo iespēju iezīmes; 				

- teritorijas būvētāju darba principi, priekšrocības un trūkumi vispopulārāko objektu veidotājiem;
- viesvedības jēdzieni un domēna vārds, algoritms resursa ievietošanai internetā;
- tīmekļa vietnes analīzes galvenie parametri un iespējas Google Analytics rīkā;
- dažādi mehānismi tīmekļa vietnes popularizēšanai meklētājprogrammās.

Moduļa dalībnieku izvērtēšana

Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
----------------------------	-------	-------------------	----------	--------------

Literatūra

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>

Moduļa nosaukums	Sociālo mediju mārketinga (SMM) & sociālo tīklu praktiska izmantošana biznesa vajadzībām			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	<ul style="list-style-type: none"> - Prezentāciju sniegšanas prasmes, organizēt dalībnieku prezentācijas, organizēt materiālu diskusijas, organizēt mini grupas darbu, kā arī vadīt dalībnieku darbu internetā un mobilajās lietotnēs. - Lai iegūtu kompetenci sociālo mediju mārketingā, jābūt ekspertam Facebook un Instagram izmantošanā biznesa vajadzībām. 			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Moduļa mērķis ir modernizēt praktiskās iemaņas izmantot sociālos tīklus efektīvai mārketingam, īpaši Facebook un Instagram.				
Moduļa saturs				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontu izveide uzņēmējdarbībai Facebook un Instagram. 2. SMM stratēģija. Sociālo mediju kontu izveides mērķis. KPI sociālajos tīklos. 3. Konkurentu analīze, mērķauditorijas atlase, satura plāns – mērķa klientu segmentu izvēle un klienta. profila aprakstīšana; satura plāna izstrāde (tematiskie virsraksti, kalendāra plāns pēc tēmām, vizuālā prezentācija). 4. Mērķauditorijas reklāma – kampaņas izveide. 				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<p>Zināšanas par sociālo tīklu funkcionalitāti un prasmēm to efektīvai izmantošanai mārketinga nolūkos.</p> <p>Mācību laikā dalībnieki mācīsies un patstāvīgi darīs:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Izveidos mājas lapu saviem uzņēmumiem sociālajos tīklos Facebook un Instagram. - Aizpildīs lapas ar oriģinālo saturu. - Izstrādās sabiedrisko mediju veicināšanas stratēģiju. 				

- izstrādās satura plānu ar mēnešu virsrakstiem un vizuālo noformējumu.
- Google tīklā, Facebook un Instagram spēs veidot apmaksātas reklāmas.
- Prezentēs savas mājas lapas mācību beigās.

Moduļa dalībnieku izvērtēšana

Rakstisks/mutisks
eksāmens

Eseja

Praktiskais darbs

Projekts

Prezentācija

Literatūra

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

Moduļa nosaukums	Digitālo tehnoloģiju ieviešana pēc Bitrix24.CRM sistēmas parauga			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Prast sniegt prezentācijas, organizēt dalībnieku prezentācijas, organizēt materiālu diskusijas, organizēt mini grupas darbu, kā arī vadīt dalībnieku darbu internetā un mobilajās lietotnēs. Vispusīga izpratne par dažādiem biznesa procesu attīstības un analīzes veidiem Bitrix24.			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Modulis ir veltīts, lai mācītu izmantot CRM sistēmas iespējas uzņēmumam, kas uzlabos uzņēmuma procesu efektivitāti, piesaistīs un noturēs klientus, palielinās pārdošanas apjomus, uzlabos pakalpojuma kvalitāti.				
Moduļa saturs				
<ol style="list-style-type: none"> 1. CRM sistēmas raksturojums: apmācības dalībnieki iepazīsies ar CRM sistēmas vispārējām iezīmēm, tās struktūru un uzdevumu grupu, ko veic CRM sistēma. 2. Īstenošanas plāna izstrāde: apmācības dalībnieki iepazīsies ar CRM sistēmas izvēles kritērijiem, galvenajiem mērķiem un uzdevumiem, kā arī ar īstenošanas plāna izstrādi. 3. Bitrix24 sistēmas struktūra un galvenās funkcijas: apmācību dalībnieki iepazīsies ar Bitrix24 sistēmas struktūru, galvenajām sistēmas funkcijām. Tās pētīs sistēmas izveides iezīmes un CRM mārketinga iespējas. 4. Tehnoloģija uzņēmuma biznesa procesu parametru izveidei un konfigurēšanai: apmācību dalībnieki iepazīsies ar uzņēmuma biznesa procesu veidošanas tehnoloģijām, analītisko pārskatu veidošanu un analīzi katram darījumam (pārdošanas piltuve). 				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas Theoretical presentations	Semināri / darbnīcas	Prakse Bitrix24	Individuālie uzdevumi Bitrix24	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
Moduļa dalībnieki uzzinās, kā pielāgot uzņēmuma Bitrix24 sistēmas galvenos komponentus; pielāgos CRM sistēmas galveno biznesa procesu mijiedarbību uzņēmumam. Dalībnieki varēs				

sistematizēt uzņēmuma darbu Bitrix24 sistēmā. Katram dalībniekam būs iespēja izmantos virkni CRM sistēmas rīku un funkciju, lai nodrošinātu, ka darbs uzņēmumā tiek veikts ātri, ērti un efektīvi.

Moduļa dalībnieku izvērtēšana

Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija
----------------------------	-------	-------------------	----------	--------------

Literatūra

1. Report on the results of the study. Bitrix24 Ukraine. URL: <https://www.bitrix24.ua/crmresearch2018/>
2. Bitrix24. URL: <https://www.bitrix24.ua/>

Moduļa nosaukums	Veiksmīga tiešsaistes apmācību veidošana			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Pieredzējis treneris, eksperts tiešsaistes apmācību veikšanā			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas tiešsaistē			
Moduļa mērķis				
Iegūstiet informāciju par to, kā sagatavot un pasniegt tiešsaistes apmācības sesijas un pārsūtīt saturu, izmantojot ZOOM vai citas platformas, piemēram, WONDER, MIRO, Teams.				
Moduļa saturs				
<p>Uzzināt visu par Zoom un citu rīku klāstu, un īpašām prasībām, lai nodotu zināšanas tiešsaistē.</p> <p>Apgūstiet papildu rīkus, piemēram, Miro (Visual Collaboration Platform), Doc-Sharing utt.</p> <p>Onboarding - Kā piesaistīt cilvēku uzmanību ekrāniem, kā tiešsaistes treneri.</p> <p>Jaunas zināšanas par to, kā viegli koplietot dokumentus/kā organizēt tiešsaistes seminārus.</p> <p>Jaunas zināšanas par to, kā palielināt mijiedarbību tiešsaistes vidē.</p> <p>Vingrinājums, lai tiešsaistes kontekstā izmēģinātu didaktiskās prasmes.</p> <p>Bieži uzdoto jautājumu un visbiežāk sastopamo tehnisko problēmu piemēri.</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<ul style="list-style-type: none"> - Iegūtas zināšanas par to, kā veiksmīgi plānot, sagatavot un nodrošināt apmācību tiešsaistē, izmantojot dažādas tiešsaistes platformas. - Izpratne par dažādu tiešsaistes platformu atšķirībām un priekšrocībām. - To specifisko īpašību un prasību izpratne, kas saistītas ar veiksmīgu apmācību tiešsaistē, salīdzinot ar apmācību uz vietas. 				
Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisk s eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija

Literatūra

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

Cara J. Gomez; 2020; Dynamic and effective virtual training – 31 strategies to design and facilitate training in an online environment

Hugget C., 2018; The Virtual Training Guide Book – How to design, deliver and implement live Online learning

Moduļa nosaukums	Digitalizācijas ekspertu zināšanu un prasmju attīstīšana			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Komunikācijas eksperts, vēlamas zināšanas psiholoģijā			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
Digitalizācijas ekspertu apmācība un personisku prasmju attīstīšana, kas nepieciešamas, lai efektīvāk sadarbotos ar sievietēm un spētu labāk izprast viņu vajadzības un psiholoģiju. Modulis padziļinās digitalizācijas ekspertu zināšanas, lai spētu labāk raksturot sievietes un noteikt viņu uzņēmējdarbības problēmas un vajadzības, plānus un sadarbības gaidas.				
Moduļa saturs				
<p>“Ledus laušana”</p> <p>Digitālo prasmju raksturs</p> <p>Sabiedriskās attiecības un mijiedarbība. Empātija.</p> <p>Komunikācijas un prezentācijas prasmes</p> <p>Sarunas par prasmēm</p> <p>Komandas darba prasmes (savienošanas metodes)</p> <p>Vadības prasmes</p> <p>Praktiskie vingrinājumi</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
Jaunu personīgu un komunikācijas prasmju veidošana, un jaunu tehniku pielāgošana sievietēm – uzņēmēju apmācībai.				
Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija

Literatūra

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

Moduļa nosaukums	Efektīvas metodes sieviešu – uzņēmēju apmācībai			
Trenera svarīgākās kvalifikācijas	Vispārīga informācija par (sieviešu) psiholoģiju un pedagoģiju; “Dzimums un daudzveidība” (Dzimtas un daudzveidības (Gender and Diversity) treneris, experts “Train-the-Trainers”ursos).			
	Obligāti	Izvēles		
Stundu skaits moduļa apgūšanai	8 stundas			
Moduļa mērķis				
<p>Apmācīt digitalizācijas ekspertus par sieviešu psiholoģiju, iegūt dziļāku ieskatu īpašajā vidē, kurā viņas spēj strādāt labāk, un emocionālo atbalstu, kas viņām varētu būt vajadzīgs.</p> <p>Fokusēties uz sieviešu – uzņēmēju, kā mērķgrupas vajadzībām.</p> <p>Pielietot atšķirīgas pedagoģiskās pieejas, strādājot ar sievietēm – uzņēmējām.</p>				
Moduļa saturs				
<p>Sieviešu psiholoģija.</p> <p>Sieviešu – uzņēmēju loma, uzdevumi un īpašās vajadzības.</p> <p>Atbilstošas metodes, lai sniegtu zināšanas sievietēm – uzņēmējām.</p> <p>Laika izmantošana efektīvai darbībai un atgriezeniskās saites pieprasīšana, mācot sievietes – uzņēmējas.</p>				
Apmācību metodes un rīki				
Lekcijas	Semināri / darbnīcas	Prakse	Individuālie uzdevumi	Multimediji un internets
Distances apmacība	Konsultācijas	Laboratorijas darbs	Mentorēšanas darbs	Cits _____
Ekspektācijas no moduļa dalībniekiem				
<ul style="list-style-type: none"> - simlētās atsevišķas sieviešu psiholoģijas īpatnības. - Piemērota pieeja sieviešu - uzņēmēju apmācīšanai. - Centrēšanās uz sieviešu - uzņēmēju vajadzībām. - Apmācības īstenošanas efektīvā laika pārvaldība. 				
Moduļa dalībnieku izvērtēšana				
Rakstisks/mutisks eksāmens	Eseja	Praktiskais darbs	Projekts	Prezentācija

Literatūra

- 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.

1. pielikums: Čekliste – intervijas ar sievietēm – uzņēmējām

Pamatojoties uz literatūras apskatu, ir apzināti jautājumi par intervijām ar sievietēm uzņēmējām. Ņemot vērā tēmas būtību, nebija iespējams paredzēt, kāda veida informācijas nepilnības varētu būt būtiskas datu vākšanas procesā, tāpēc pētnieki tika aicināti izpētīt šo tematu ārpus šiem jautājumiem un gūt ieskatu visos būtiskajos mācību programmas attīstības aspektos.

- *Kādus digitālos rīkus izmantojat šobrīd savam biznesam?*
- *Vai jums ir zināms, kāds uzņēmums, kas darbojas līdzīgā biznesā, kas ir panācis uzlabojumus biznesā, izmantojot digitālos rīkus un, kuram jūs gribētu līdzināties. Kas ir tas, ka būtu jums nepieciešams, lai sasniegtu līdzīgu rezultātu?*
- *Kādā veidā digitālie rīki varētu palīdzēt jums sasniegt jau esošos un jaunus klientus?*
- *Kādus digitālos rīkus jūs būtu gatavi izmantot savā uzņēmumā, un kādus jūs labprāt iepirktu kā ārpalpojumu?*
- *Vai jums ir svarīga sociālā atbildība? Vai jūs gribētu, lai jūsu biznesa virtuāla prezentācija dotu kādu labumu arī jūsu kopienai?*
- *Kā jūs domājat, vai sievietēm ir svarīga kiberdrošība? Kā tas izpaužas?*
- *Vai jūs gribētu piedalīties apmācībā par digitālo rīku izmantošanu, kur jums tiktu nodrošināta detalizēta instruktāža?*
- *Vai jums būtu svarīgi, ja apmācība parādā, kā digitālo rīku izmantošana var palielināt jūsu uzņēmuma ienākumus?*
- *Kā padarīt maksimāli efektīvas apmācības sievietēm uzņēmējām visīsākā iespējamā laikā, t.sk. paredzot arī ceļošanas iespējas.*
- *Kā jūs domājat vai sievietēm uzņēmējām ir svarīgs elastīgs apmācību grafiks attiecībā uz laiku un/vai vietu? Kādā veidā? Kas būtu piemērotākais? Vai ir labāk rīkot šādas apmācības klātienē vai tiešsaistē? Kāpēc? Vai iepriekš ierakstītas apmācību sesijas būtu labs risinājums? (Padarot iespējamu lekciju klausīšanas, kad tas vien iespējams, lai pielāgotos ģimenes vajadzībām un nezaudētu laiku ceļošanai.)*
- *Vai sievietes uzņēmējas izmanto sociālos tīklus saziņai ar atbilstošām interešu grupām? Ja jā, tad kādus sociālos tīklus?*
- *Vai jūs domājat, ka apmācības digitalizācijā kādā veidā saturiski jāpielāgo sieviešu – uzņēmēju vajadzībām? Lūdzu, paskaidrojiet.*
- *Vai ir vēl kas svarīgs, ko jūs gribētu pieminēt?*

2. pielikums: Čekliste – Intervijas ar digitalizācijas ekspertiem

Pamatojoties uz literatūras apskatu, ir apzināti jautājumi, lai veiktu pārrunas ar digitalizācijas ekspertiem. Ņemot vērā tēmas būtību, nebija iespējams paredzēt, kāda veida informācijas nepilnības varētu būt būtiskas datu vākšanas procesā, tāpēc pētnieki tika aicināti izpētīt šo tematu ārpus šiem jautājumiem un gūt ieskatu visos būtiskajos mācību programmas attīstības aspektos.

- *Vai digitalizācijas eksperti kopumā prot analizēt to klientu uzņēmējdarbības modeli, kuri nāk no mikrouzņēmumu segmenta, un palīdzēt viņiem ieviest jauninājumus, pamatojoties uz digitālo rīku ieviešanu?*
- *Vai vēlaties iegūt vairāk uzņēmējdarbības zināšanu, lai varētu labāk izprast uzņēmēju vajadzības un digitalizācijas potenciālu? Ja atbilde ir "jā", kuru biznesa zināšanu aspektu jūs vēlētos vairāk iepazīt?*
- *Vai ar neliela digitālā mārketinga budžeta palīdzību var ietekmēt tirgu sieviešu vadītajiem uzņēmumiem?*
- *Vai ir iespējams sievietēm dot iespēju savā biznesā efektīvi izmantot digitālos rīkus? Kuri no tiem, pēc jūsu domām, vajadzētu iepirkt ārpakalpojumā?*
- *Kā jūs, kā digitalizācijas eksperte, varat padarīt sievietes uzņēmējas drošākas saistībā ar viņu bažām par kibernetikas drošības jautājumiem?*
- *Ja sociālā atbildība un aktivitāte ir īpaši svarīga sievietēm – kā to iekļaut apmācībā, praktiski iepazīstinot ar savu uzņēmumu? Vai viņu digitālā mārketinga kampaņa varētu ietvert arī ieguldījumu kopienā, lai būtu pievilcīgs viņu acīs?*
- *Vai sievietēm uzņēmējām bez tehniskām pamatzināšanām par digitālo rīku izmantošanu savā uzņēmumā iespējams nodrošināt apmācību, kurā tiek sniegtas pakāpeniskas konsultācijas? Kā to var īstenot?*
- *Vai ir iespējams īstenot praktisku pieeju — parādīt sievietēm, kā izmantot digitālos rīkus, un ļaut viņām strādāt kopā ar digitālo speciālistu?*
- *Vai apmācības var ietvert digitalizācijas ietekmes uz uzņēmējdarbības ienākumu pieaugumu pierādīšanu, lai palielinātu sieviešu motivāciju mācīties?*
- *Cik svarīga ir valoda, ko izmanto apmācībās par digitālajiem rīkiem? Var izmantot vienkāršu valodu, nevis tehnisku valodu, paaugstināt zināšanu internalizācijas līmeni?*
- *Kā padarīt apmācību pēc iespējas efektīvāku sievietēm – uzņēmējām, kurām bieži vien ir grūtības līdzsvarot privāto un uzņēmējdarbības dzīvi, aizņemot vismazāk no nepieciešamā laika, ieskaitot ceļošanu?*
- *Kā nodrošināt tiešsaistes tīklu veidošanu sievietēm uzņēmējām, kā daļu no tiešsaistes apmācības?*
- *Vai ir iespējams izveidot programmu, kas apvienos mācības ar bezmaksas konsultācijām, ja būs nepieciešama papildu palīdzība?*
- *Vai jūs domājat, ka digitalizācijas apmācības saturu varētu pielāgot sieviešu uzņēmēju vajadzībām jebkādā veidā?*
- *Vai kaut kas cits jums šķiet svarīgs un nav aptverts?*

3. pielikums: bibliogrāfija

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>

- 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/>

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/>