



Інструменти цифрового підприємництва  
та підтримка жінок-підприємців

проєкт за договором № 2020-1-BG01-KA204-079272

співфінансується програмою Європейського Союзу Еразмус+



Erasmus+



HUMAN  
RESOURCE  
DEVELOPMENT  
CENTRE

# Навчальна програма

(для навчання тренерів з цифровізації бізнесу та жінок-підприємців)

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



розроблена спільно

„Консуленца Диреционале ди Паоло Зарамелла“, Італія

„бит менеджмент Бератунг“ ГесмбХ, Австрія

Грецька асоціація жінок-підприємців – SEGE, Греція

Експерти з питань кластерів регіону Балтійського моря – CEBSR, Латвія

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна

ЦЕПОР – Центр політики розвитку МСП та підприємництва, Хорватія

Університет національного та світового господарства, Болгарія

2021



# Прототип Навчальної програми

Прототип Навчальної програми розроблений для освітніх цілей фахівців із цифровізації, які повинні отримати додаткові знання та навички, щоб допомогти жінкам-підприємцям, які переживають труднощі, отримати прибуток та стати самостійними.

Прототип Навчальної програми підготовлений на основі досліджень, проведених у Болгарії, Латвії, Україні, Італії, Греції, Австрії та Хорватії організаціями-партнерами у проекті DIGI-WOMEN, що фінансується програмою ЄС Еразмус +.

Метою дослідження було глибше зрозуміти потреби жінок-підприємців, особливо тих, хто переживає складні обставини. На меті було пов'язати знання експертів з цифрових інструментів з іншими діловими навичками, яких жінкам-підприємцям або не вистачає, або вони їх ігнорують, чи підходять до них інакше, ніж чоловіки-підприємці, таких як нетворкінг, розробка стратегій, пошук підприємницьких можливостей тощо. Це робить навчальну програму ефективним інструментом для досягнення загальної мети проекту DIGI-WOMEN.

У цьому проекті DIGI-WOMEN та у розробленому Прототипі Навчальної програми використовуються такі визначення ключових термінів:

## **Жінки-підприємці**

**Цільовими бенефіціарами проекту DIGI-WOMEN є жінки-підприємці**, які стикаються з проблемами виживання через відсутність достатнього доходу від ведення бізнесу.

## **Цифровізація**

Хоча цифровізація охоплює широкий спектр послуг, у цьому проекті через низький рівень технічних навичок і знань та той факт, що більшість жінок ведуть бізнес у сфері послуг, цифровізація сприймається як засіб виходу на ринок, а не засіб вдосконалення технологічних процесів.

## **Експерти з цифровізації**

**Цільовою аудиторією (учасниками) у впровадженні освітніх програм, заснованих на цій Навчальній програмі, є експерти з цифровізації** – професіонали з розвинутими навичками та знаннями, необхідними для здійснення цифровізації бізнесу. Зазвичай вони поєднують обидві ролі: 1) радник у цифровізації та наданні підтримки споживачам для розширення пулу клієнтів за допомогою використання цифрових інструментів; і 2) тренер – для навчання потенційних споживачів та просування їхніх консультативних послуг.

## **Навчальна програма**

Навчальна програма є основою для розробки програми безперервного навчання протягом усього життя, яка складається із заздалегідь визначених елементів, таких як: назва курсу, мета, зміст, методи та засоби викладання, навчальний план тощо.

## 1: Мета та методологія

Прототип Навчальної програми був розроблений на основі кабінетного та первинного дослідження, проведеного партнерами DIGI-WOMEN. Первинне дослідження було проведено серед жінок-підприємців як цільових бенефіціарів проєкту DIGI-WOMEN та експертів із цифровізації як цільової аудиторії (учасниць) реалізованої Навчальної програми. Загалом до первинного дослідження було залучено 39 жінок-підприємців та 35 експертів із цифровізації з 7 країн. Як кабінетне, так і первинне дослідження проводилося на основі детальних рекомендацій щодо досліджень та контрольних списків для напівструктурованих інтерв'ю (Додаток 1 та 2). Список літератури (наприклад, довідкові документи, дослідження, звіти про країни, звіти про політику, описи програм та інші відповідні документи), що використовуються для проведення кабінетних досліджень, наведено в Додатку 3.

Головною метою підготовчого дослідження було *отримати уявлення про конкретні потреби жінок-підприємців, які переживають труднощі; виявити потенціал цифровізації у підвищенні конкурентоспроможності їхнього бізнесу та визначити інші ділові навички, які жінкам необхідно розвивати, оскільки ці навички пов'язані зі здатністю використовувати цифрові інструменти*. Крім того, дослідження дозволило визначити знання та навички, які *потрібно розвивати фахівцям із цифровізації* для підтримки жінок-підприємців у використанні інструментів цифровізації, й ті *аспекти тренінгів, що проводяться експертами з цифровізації, які повинні бути адаптовані до жінок-підприємців, що зазнають труднощів*.

Після підготовки проєкту Навчальної програми був проведений процес внутрішнього та зовнішнього перегляду. Внутрішніми рецензентами стали представники всіх партнерських організацій проєкту DIGI-WOMEN, а зовнішніми рецензентами – представники цільової аудиторії (експерти з цифровізації та жінки-підприємці), які надавали свої відгуки та пропозиції щодо вдосконалення Прототипу Навчальної програми. На основі їхніх коментарів була розроблена остаточна версія Прототипу Навчальної програми.

## 2: Звіт – Інтерв'ю з жінками-підприємцями

Партнери DIGI-WOMEN провели загалом 39 інтерв'ю з жінками-підприємцями з метою збору інформації, необхідної для розробки Навчальної програми.

Інтерв'ю проводилися серед респондентів, яких було відібрано за такими критеріями:

*жінки-підприємці, які переживають труднощі, жінки-підприємці, які досягли значного поліпшення бізнесу завдяки цифровізації, представники асоціацій жінок-підприємців, дослідники жіночого підприємництва.*

На основі проведених інтерв'ю був розроблений перелік висновків щодо потреб жінок-підприємців як кінцевих бенефіціарів проєкту.

#### Основні моменти є такими:

- *Серед жінок-підприємців очевидні різні рівні попередніх знань та використання цифрових технологій*
- *Усі вони усвідомлюють позитивний вплив, який може надати цифровізація на їхній бізнес, і хотіли б дізнатись більше про це*
- *Не всі з них хотіли б мати можливість самостійно стати ефективними користувачами. Деякі з них вважають, що вони мають займатися більш важливими управлінськими проблемами, а для цих завдань хотіли б залучити спеціалістів*
- *Більшість з них обирають гібридну модель навчання – очно для встановлення контактів із тренером та іншими слухачами та онлайн із попередньо записаними заняттями, щоб заощадити час. У багатьох випадках жінкам доводиться знаходити баланс між приватним життям (як і раніше на них покладається головна роль у веденні домашнього господарства через традиційні погляди на роль жінки в сім'ї) та підприємницькою кар'єрою. Тому важливо поєднувати очні частини тренінгів для нетворкінгу та онлайн-частин тренінгів, щоб зробити їх більш пристосованими до потреб жінок у гнучкості*
- *Вони віддають перевагу покроковому керівництву з можливістю звернутися до тренера та отримати подальші пояснення в разі необхідності*
- *Вони хотіли б учитися на реальних практичних прикладах та цінують кейси, які демонструють вплив цифровізації на збільшення доходу*
- *У кількох країнах виникла ідея інформаційного бюлетеня, який містив би актуальну інформацію про інновації в галузі цифровізації та можливості навчання*
- *У багатьох випадках жінкам не подобається ідея, щоб їх розглядали як окрему групу, і вони віддають перевагу спільним тренінгам з чоловіками-підприємцями.*

### 3: Звіт – Інтерв'ю з експертами з цифровізації

Партнери DIGI-WOMEN загалом провели 35 інтерв'ю з експертами з цифровізації з метою збору інформації, необхідної для розробки Навчальної програми.

Інтерв'ю проводилися серед респондентів, яких було відібрано за такими критеріями:

*експерти з цифровізації, які пропонують свої послуги або тренінги для самозайнятих / власників мікробізнесу, тих, хто має досвід надання послуг жінкам-підприємцям, тих, хто зробив значний внесок у вдосконалення бізнес-моделі малого бізнесу шляхом запровадження цифрових інструментів, тих, хто хотів би розширити пул своїх клієнтів із сегменту мікробізнесу, а особливо жінок, що займаються підприємництвом.*

На основі проведених інтерв'ю з експертами з цифровізації було розроблено перелік висновків про недоліки в знаннях та навичках експертів з цифровізації (DE – digitalization experts) як цільової групи у цьому проєкті.

#### Основні моменти є такими:

- Певною мірою DE виражають підтримку ідеї організувати тренінг для жінок-підприємців як для окремої групи (більш психологічно безпечне середовище), але є й інші думки щодо цього. Деякі вважають, що це питання рівня знань (початківці), а не гендерне питання
- DE потребують компетенцій для навчання групи з різним рівнем попередніх знань, що часто трапляється на практиці
- Якщо DE й сам/сама є підприємцем – це розглядається як важлива характеристика, яка може сприяти кращому розумінню потреб у навчанні жінок-підприємців
- Якщо DE вже працював зі стартапами / підприємцями – більше шансів краще зрозуміти потреби (жінок) підприємців
- Розуміння бізнес-моделі, стратегічного управління та стратегічного маркетингу – для більшості DE є дуже корисним для ефективного надання своїх послуг в якості цифрових експертів
- Деякі DE вважають, що жінки-підприємці (WE – women entrepreneurs) повинні передавати послуги з цифровізації на аутсорсинг, а деякі вважають, що вони можуть робити це самостійно, на базовому рівні
- Більшість DE вважають, що ефект може бути отриманий навіть при невеликому бюджеті на цифровізацію
- Вони вважають, що найефективнішим способом навчання будуть очні та онлайн-заняття – записані для забезпечення постійного використання
- Пропозиція: тренінг для WE повинен бути доповнений можливостями для обміну навичками між слухачами та взаємними консультаціями (взаємопідтримка) - використання комунікаційних платформ як для тренінгів, так і для спілкування між слухачами
- DE вважають, що зрозуміла, не технічна мова – ключ до здобуття знань, пов'язаних із цифровими технологіями
- Також деякі пропонують теми: жіноча психологія, ділові переговори, фінансове планування, інноваційний процес, бізнес-аналіз
- Покрокове керівництво та практичний підхід
- Було б ефективно продемонструвати вплив цифровізації на збільшення доходу бізнесу, щоб підвищити мотивацію жінок присвячувати свій час тренінгам
- Зміст тренінгів із цифровізації може бути адаптований до потреб жінок-підприємців з точки зору їхніх технічних знань, які зазвичай є недостатніми.

Відкриття, отримані як під час кабінетних, так і первинних досліджень, були вбудовані у структуру та зміст Прототипу Навчальної програми.

## 4: Прототип Навчальної програми

### НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Пропонована назва навчальної програми, орієнтованої на експертів з оцифрування:

#### **DIGI Women - ToolKit for Trainers (DIGI Women - Набір інструментів для тренерів)**

Партнери DIGI-WOMEN також визначили можливі назви тренінгів з цифровізації, які були б орієнтовані на жінок-підприємців (підлягають коригуванню при перекладі на місцеві мови):

- WOMEN IN ACTION! HOW TO IMPROVE THE BUSINESS THANKS TO ICT TOOLS (ЖІНКИ В ДІЇ! ЯК ПОКРАЩИТИ БІЗНЕС З ДОПОМОГОЮ ІНСТРУМЕНТІВ ІКТ)
- A new approach of women entrepreneurs to achieve digital transformation (Новий підхід жінок-підприємців до досягнення цифрової трансформації)
- Succeed by digitalizing your business! (Успіху, оцифрувавши свій бізнес!)
- Accelerated Digitalisation Venturing Aimed to New Creative Economy (ADVANCE) (Прискорена діяльність з оцифрування, спрямована на нову креативну економіку (ADVANCE))
- Learning Experience Targeted at Special Groups of Digital Women Entrepreneurs - LET'S GO Digi (WE) (Навчальний досвід, орієнтований на спеціальні групи жінок-підприємців, які займаються цифровізацією - LET'S GO Digi (WE))
- Women Entrepreneurs Go Digital (We Go Digi) (Жінки підприємці переходять на цифрові технології (We Go Digi))
- New Entrepreneurs Women - Digital Tools for Applicable Learning (NEW DIGITALS) (Нові жінки-підприємці - цифрові інструменти для прикладного навчання)
- DigiWomen Training Modules - DIGTM or DiWoTM (Модулі навчання DigiWomen - DIGTM or DiWoTM)
- DIGI women: Digital Competences for Business Women (DIGI women: Цифрові компетентності для ділових жінок)
- Acquiring Digital Value Aimed to New Competitive Enterprise (ADVANCE) (Придбання цифрової вартості, спрямованої на нове конкурентне підприємство (ADVANCE)).

### АКТУАЛЬНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Завданням навчальної програми є підготовка експертів з цифровізації, щоб вони могли допомогти жінкам-підприємцям, які переживають труднощі, підвищити конкурентоспроможність та стійкість свого бізнесу, запровадивши цифрові інструменти. Пандемія COVID-19 підтвердила той факт, що цифрові технології стали вже не варіантом, а необхідністю. Насправді, криза посилила залежність малого бізнесу від технологій та продемонструвала важливість цифровізації. Чим більш зрілим по відношенню до цифрових технологій є бізнес, тим швидше він адаптується до змін ринку та збільшує свої доходи. На даний момент у всіх країнах-партнерах DIGI-WOMEN було виявлено лише кілька прикладів навчальних курсів із конкретним змістом для жінок-підприємців.

Важливість розробки Навчальної програми також підтверджується результатами кабінетних та первинних досліджень, проведених у 7 країнах-партнерах, які вказують на наступне:

- *Цифровізація може зробити підприємців більш конкурентоспроможними та збільшити кількість клієнтів, дохід та прибуток*
- *Недостатня представленість жінок на посадах в галузі інформаційних технологій нав'язує стереотип про нижчий рівень ІТ-грамотності жінок порівняно з чоловіками*
- *Низький рівень цифровізації малого бізнесу в цілому (за даними в Греції, Болгарії, Хорватії, Латвії)*
- *Збільшення кількості жінок-підприємців, але вони все ще працюють переважно в сегменті мікробізнесу. Цифровізація може стимулювати подальше зростання.*
- *Більшість тренінгів з цифровізації орієнтовані на висококваліфікованих працівників із великих компаній*
- *Найвні навчальні курси часто містять конкретні вказівки щодо продуктів, але нехтують конкретними потребами підприємств, що відрізняються розмірами, приналежністю до галузі та базовими технологіями, що використовуються в їх діяльності*
- *Менші підприємства стикаються з бар'єрами при запровадженні ІКТ (нижча здатність до освоєння).*

## ПОТЕНЦІЙНІ ОРГАНІЗАТОРИ ТА ПАРТНЕРИ У ВПРОВАДЖЕННІ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Систематична навчальна програма з цифровізації підприємств, створених та керованих жінками-підприємцями, може використовуватися різними освітніми організаціями – державними, приватними та некомерційними, які можуть залучати експертів із відповідними знаннями та навичками. Важливим елементом, який визначатиме інтерес до такої програми, є модель, яка покриватиме витрати на її реалізацію з огляду на обмежені фінансові ресурси цільової групи – жінок-підприємців, які зазнають труднощів у своєму бізнесі.

За потреби програма може бути реалізована виключно через Інтернет, що значно зменшить витрати на її впровадження. Реалізація цієї програми на ринку також можлива, але тоді вона дійде лише до жінок-підприємців, які можуть виділити необхідні кошти.

Важливу роль у популяризації програми можуть зіграти асоціації жінок-підприємців (наприклад, SEGE у Греції, Female Founders в Австрії або International Business Women Network у Хорватії), організації роботодавців (такі як Бізнес-палати в Греції, Торгова палата в Італія або Хорватська асоціація роботодавців у Хорватії), університети, громадські організації (наприклад, публічні бібліотеки, які можуть забезпечити доступ до онлайн-тренінгів у Латвії) та організації, що спеціалізуються на навчанні з економічних та управлінських питань.

Для жінок-підприємців, які не мають необхідних ресурсів, було б добре запропонувати альтернативні та доступні способи подальшого вдосконалення



навичок цифровізації власного бізнесу з обмеженим або нульовим бюджетом (наприклад, за допомогою участі у навчанні, консультуванні та наставництві, що надаються різними цільовими грантовими програмами й реалізуються організаціями жінок-підприємців або іншими зацікавленими сторонами).

Навчальну програму можуть також використовувати консультанти та тренери – як додаткове ноу-хау для роботи з жінками-підприємцями як цільовою групою.

## ПРОПОНОВАНА ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, ОБСЯГ ТА ДИНАМІКА ВПРОВАДЖЕННЯ

**Цільовою аудиторією для реалізації Програми** є експерти з цифровізації (які працюють як фрілансери, підприємці, або у великих корпораціях чи організаціях, або ж є студентами – молодими експертами, які можуть пройти навчання за допомогою цієї Навчальної програми та отримати таким чином реальний практичний досвід, допомагаючи жінкам-підприємцям під наглядом їх професорів), тоді як кінцевими бенефіціарами є жінки-підприємці, бізнес яких переживає труднощі.

Огляд існуючих спеціалізованих консалтингових та навчальних служб із цифровізації бізнесу, проведений у всіх 7 країнах-партнерах, повністю підтверджує наступні **рекомендації щодо реалізації Програми**:

- Групи учасників не повинні перевищувати 20 учасників у разі проведення тренінгів для експертів з цифрової цифровізації та 12 учасників тренінгів для жінок-підприємців (у зв'язку з поетапним підходом)
- Динаміка впровадження Програми буде залежати від наявних ресурсів для її реалізації, але пропонується проводити тренінги на основі цієї Навчальної програми кілька разів на рік.

## РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ПРОГРАМОЮ

Після завершення Програми, що базується на цій Навчальній програмі, тренери зрозуміють обставини та потреби жінок-підприємців, що зазнають труднощі у бізнесі, та адаптують свої послуги до цих базових умов. Вони також зможуть адаптувати методи та інструменти, які вони використовують, відповідно до конкретних потреб жінок-підприємців. Вони отримають знання та навички з виявлення практичних потреб у цифровізації основних функцій в управлінні мікропідприємствами.

**Після завершення Програми експерти з цифровізації знатимуть про:**

- виклики та конкретні потреби жінок-підприємців, які стикаються з труднощами в бізнесі
- належні методи передачі знань жінкам-підприємцям, які стикаються з бізнес-труднощами як цільова група
- мотиваційні техніки для мотивації жінок-підприємців до досягнення своїх цілей
- відповідні заходи у галузі цифровізації, які жінки-підприємці (у складних обставинах) можуть застосовувати для покращення свого бізнес успіху.

**Загальні компетенції, знання та навички після закінчення Програми:**

- Здатність використовувати знання в практичних ситуаціях

- Здатність застосовувати педагогічні методи навчання до жінок-підприємців як до аудиторії
- Розуміння специфіки бізнес-моделей та підходів до управління, типових для мікро- та малих підприємств, керованих жінками
- Використання онлайн-інструментів та методів для навчальних цілей, а також знання того, як застосовувати різні методи під час онлайн-тренінгу, такі як техніки гейміфікації, хакатони тощо
- Розвиток педагогічних навичок та спроможності працювати з людьми з низьким рівнем ІТ-грамотності.

#### **Конкретні компетенції, знання та навички після закінчення Програми:**

- Експерти зможуть проводити тренінги з пошуку бізнес-ідеї за допомогою Інтернет-ресурсів
- Експерти зможуть проводити тренінги щодо створення бізнес-планів для проєктів з цифровізації
- Експерти зможуть проводити тренінги з розробки, розміщення, аналітики та просування веб-сайтів за відсутності (або наявності мінімального) бюджету на ці заходи
- Експерти зможуть проводити тренінги з маркетингу в соціальних мережах для підприємців
- Експерти оволодіють основами розробки веб-сайтів та аналітики
- Здатність просувати сайт у пошукових системах за відсутності (або наявності мінімального) бюджету на цей вид діяльності
- Здатність розробити стратегію просування соціальних мереж для мікро / малого бізнесу.

#### **МЕТОДИ Й ІНСТРУМЕНТИ НАВЧАННЯ**

Для підвищення спроможності експертів з цифровізації ефективно передавати свої знання жінкам-підприємцям, які зазнають труднощів, важливо скорегувати та застосовувати певну педагогіку в навчанні дорослих. Найбільш підходящими методами навчання та інструментами для реалізації цієї Навчальної програми є наступні:

- face-to-face тренінги
- студентоорієнтований підхід
- навчання на основі запитів
- персоналізоване навчання
- демонстрація конкретних рішень, розробка індивідуальних та групових проєктів
- використання онлайн-платформ та інструментів для читання лекцій
- попередній запис лекцій та розміщення їх в Інтернеті
- повний цикл навчання
- використання технік гейміфікації, що поєднують навчання із соціальною активністю для вирішення творчих завдань
- використання формату хакатону для взаємодії та генерування ідей
- цифрові рішення для реалізації віртуального навчального процесу

- групові семінари онлайн за теоретичними темами
- тематичні дослідження та аналіз передової практики
- інтерактивні елементи.

## ОЦІНЮВАННЯ УЧАСНИКІВ ПРОГРАМИ

Відповідними методами для оцінювання компетенцій, отриманих експертами з цифровізації – учасниками Програми, проведеної спираючись на цю Навчальну програму, є наступні:

- Онлайн-анкети для оцінювання після завершення кожного модуля та наприкінці всього навчання
- Підсумковий іспит – застосування знань для рішення проблем на практичних прикладах – підготовка презентації та усний іспит для додаткового пояснення

Крім того, кожен модуль містить у своєму описі відповідний метод оцінювання учасників.

## ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Навчальна програма складається з **4 обов'язкових** модулів, кожен з яких триває 12 навчальних годин. Окрім обов'язкових модулів, учасники можуть вибрати як мінімум 4 факультативні модулі, які можна обрати з переліку з **10 тематичних** модулів (пов'язаних із цифровізацією, управлінням малим бізнесом та жіночим підприємництвом) та **3 модулями розвитку педагогічних навичок**, кожен з яких триває по 8 навчальних годин.

Тематичні модулі структуровані таким чином, що зміст цих модулів представляє знання, які можуть бути використані безпосередньо для роботи з жінками-підприємцями та слугують "набором інструментів для цифровізації малого бізнесу, який ведеться жінками".

Перелік обов'язкових та виборних модулів, розроблених партнерськими до DIGI-WOMEN організаціями

	ОБОВ'ЯЗКОВІ МОДУЛІ	ВИБОРНІ МОДУЛІ
	Цифровізація як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств, якими керують жінки	
	Найбільш часто використовувані цифрові інструменти у практиці МСП	
	Канва бізнес-моделі (BMC – Business Model Canvas)	
	Менеджмент та маркетинг на МСП	
<b>ТЕМАТИЧНІ МОДУЛІ</b>		Управління проектами, планування часу та баланс роботи й життя
		Жіноче підприємництво
		Кібербезпека електронної комерції
		Інформаційна грамотність
		Ділові переговори
		Як цифровізація може допомогти знайти більше / нових клієнтів
		Інноваційний процес - генерування та обґрунтування бізнес-ідей
		Розробка, розміщення, аналіз та просування веб-сайту
		Маркетинг у соціальних мережах (SMM) та практичне використання соціальних мереж для потреб бізнесу
		Впровадження цифрових технологій – приклад системи Bitrix24.CRM
<b>РОЗВИТОК ПЕДАГОГІЧНИХ НАВИЧОК</b>		Успішне проектування онлайн-тренінгів
		Розвиток м'яких та особистих навичок для експертів із цифровізації
		Ефективні методи навчання жінок-підприємців

## СИЛАБУСИ МОДУЛІВ

Назва модуля	<b>Цифровізація як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств, якими керують жінки</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поглиблені знання та навички в галузі жіночого підприємництва та цифровізації;</li> <li>- Навички застосування методів та прийомів навчання для досягнення захопливого та практично орієнтованого навчального процесу, який відповідає особливостям дорослих в якості учнів;</li> <li>- Щонайменше три роки викладацького та / або консультативного досвіду, бажано в галузі підприємництва та / або управління малим бізнесом, або дворічний досвід роботи на посаді з основною відповідальністю за управління.</li> </ul>			
	<b>Обов'язковий</b>	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	12 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Метою модуля є надання корисних знань експертам з цифровізації щодо проблем, з якими жінки-підприємці найчастіше стикаються в управлінні своїм бізнесом, та можливих рішень, що передбачають застосування доступних цифрових інструментів.				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>Аналіз бізнес-моделі</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формування конкурентних переваг та ключових компетенцій; Цінність пропонованих товарів та послуг та ціннісна пропозиція; Цільові групи клієнтів; Канали розподілу; Відносини з клієнтами; Участь у нетворкінгах; Структура витрат; Модель доходу.</li> </ul> <p>Інструменти вирішення цифрових проблем:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Органічні інструменти для соціальних медіа, E-mail маркетинг, Переспрямування показу, Програмна реклама, Відеохостинг, Створення контенту, Управління контентом, Аналіз веб-сайтів, Обслуговування клієнтів, Оптимізації пошукових систем (SEO), Партнерський маркетинг.</li> </ul>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет

Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Набуті знання та навички для виявлення проблем у бізнес-моделі підприємства, розв'язуваних за допомогою цифрових інструментів;</li> <li>- Набуті знання та навички для вибору конкретних типів цифрових інструментів для вирішення конкретних бізнес-проблем;</li> <li>- Набуті знання та навички для підготовки плану-програми для поступового впровадження та ефективного використання цифрових інструментів.</li> </ul>				
<b>Оцінювання учасників модуля</b>				
<b>Письмовий / усний іспит</b>	Есе	Практична робота	Проект	<b>Презентація</b>
<b>Література</b>				
<p>Zott, C., &amp; 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, V. (2000). Business models for internet-based e-commerce: An anatomy. <i>California Management Review</i>, 42(4), 55–69. doi:10.2307/41166053</p>				

Назва модуля	Найбільш часто використовувані цифрові інструменти у практиці МСП			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поглиблені знання та навички в галузі цифровізації малого бізнесу, щодо змісту навчальних тем;</li> <li>- Навички застосування методів та прийомів навчання для досягнення захопливого та практично орієнтованого навчального процесу, який відповідає особливостям дорослих як учнів;</li> <li>- Щонайменше три роки викладацького та / або консультативного досвіду, бажано в галузі цифровізації бізнесу та / або маркетингу малого бізнесу, або дворічний досвід роботи на посаді з основною відповідальністю за цифровий маркетинг.</li> </ul>			
	<b>Обов'язковий</b>	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	12 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Метою модуля є надання практичних знань про найбільш часто використовувані цифрові інструменти та формування навичок для їх ефективної роботи з жінками-підприємцями.				
<b>Зміст модуля</b>				
Інструменти маркетингових досліджень, Інструменти маркетингової аналітики, Інструменти маркетингу соціальних мереж (SMM), Інструменти контент-маркетингу, Інструменти E-mail маркетингу, Інструменти маркетингу електронної комерції, Інструменти автоматизації маркетингу, Інструменти маркетингової звітності, Інструменти цифрової реклами, Інструменти аналітики соціальних мереж, Програмне забезпечення для редагування та створення відео, Інструменти для опитування, Платформи маркетингу впливу, Інструменти реферального та партнерського маркетингу, Зручність A / B тестування та користувацький досвід, Інструменти для запуску: Trello, Hootsuite, KISSmetrics, Followerwonk, All in One SEO Pack, BuzzSumo, Crazy Egg, UberSuggest, CoFoundersLab, OmniFocus.				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
<b>Лекції</b>	Воркшопи / семінари	On-site практики	<b>Індивідуальні завдання</b>	<b>Мультимедіа та Інтернет</b>
Дистанційне навчання	Консультації	<b>Лабораторна робота</b>	Робота з наставником	Інше _____
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Отримання знань про базові цифрові інструменти та вміння обирати відповідний набір інструментів у конкретному бізнес-контексті й відповідно до потреб та</li> </ul>				

<p>обмежень підприємства</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Навички використання конкретних інструментів, які застосовуються до певних завдань</li> </ul>				
Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
Література				
<p>Chaffey, D., &amp; Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital marketing: strategy, implementation and practice, 6th ed.</p> <p>Nikunen, T., Saarela, M., Oikarinen, E. L., Muhos, M., &amp; Isohella, L. (2017). Micro-Enterprise's Digital Marketing Tools for Building Customer Relationships. Management (18544223), 12(2).</p> <p>Lockett, O., &amp; 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>				



Назва модуля	<b>Канва бізнес-моделі (BMC – Business Model Canvas)</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Консультант з менеджменту – експерт з маркетингу			
	<b>Обов'язковий</b>	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	12 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Отримання знань про мету, структуру та застосування інструменту "Канва бізнес-моделі" (BMC – Bussiness Model Canvas) для аналізу ринкового позиціонування підприємств, якими керують жінки.				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>Бізнес-модель організації за допомогою інструмента BMC може бути описана за допомогою 9 основних елементів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сегменти споживачів;</li> <li>- Ціннісна пропозиція, цінність продуктів або послуг, що пропонуються для кожного сегмента;</li> <li>- Канали залучення споживачів;</li> <li>- Відносини з клієнтами;</li> <li>- Потоки доходу, отримані доходи;</li> <li>- Ключові ресурси компанії;</li> <li>- Ключові заходи для підвищення ефективності бізнес-моделі;</li> <li>- Ключові партнери, з якими компанія має намір об'єднатись для створення цінності для клієнта;</li> <li>- Структура витрат на ресурси, діяльність та ключові партнери</li> </ul> <p>Визначення критичних факторів успіху бізнесу, які можуть стати основою для створення цифрової стратегії; зосередження на тому, що справді є відмінним для компанії.</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше _____
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
Вміти ідентифікувати та описувати бізнес-модель будь-якого підприємства за допомогою інструменту Business Model Canvas.				

Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
<b>Література</b>				
<p>Osterwald, A., Pigneur, Y. (2010) <i>Business Model Generation</i>, John Wiley &amp; Sons, Inc.</p> <p>Dyllick, T., &amp; Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. <i>Organization &amp; Environment</i>, 29(2), 156-174.</p> <p>Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., &amp; Llorca Mestre, A. (2018). Factors affecting entrepreneurship and business sustainability. <i>Sustainability</i>, 10(2), 452.</p>				

Назва модуля	<b>Менеджмент та маркетинг на МСП</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Тренер з менеджменту малого бізнесу; експерт з менеджменту та / або маркетингу.			
	<b>Обов'язковий</b>	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	12 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Мета цього модуля – допомогти експертам із цифровізації зрозуміти, як сформуванати маркетингову стратегію підприємства, та допомогти жінкам-підприємцям розробити підхід до бізнес-можливостей, орієнтованим на споживачів.				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>Порівняльна характеристика між МСП та великими підприємствами. Особливості менеджменту та маркетингу МСП</p> <p>Стратегічний менеджмент на МСП</p> <p>Маркетинговий менеджмент на МСП</p> <p>Маркетинг-мікс та маркетинговий план</p> <p>Сучасні маркетингові інновації – останні тенденції</p> <p>Розташування, екстер'єр та інтер'єр. Електронна комерція</p> <p>Управління якістю та операційні процеси на МСП. Управління запасами на МСП</p> <p>Управління інформаційними потоками на МСП</p> <p>Управління персоналом на МСП</p> <p>Фінансовий менеджмент на МСП</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	<b>Мультимедіа та Інтернет</b>
<b>Дистанційне навчання</b>	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
Після завершення цього модуля експерти з цифровізації набудуть базових знань з маркетингу та управління бізнесом для того, щоб вони могли краще зрозуміти цілі жінки-підприємця, перспективи зростання бізнесу з метою коригування цифрових інструментів таким чином, щоб кожна жінка їх використовувала.				

Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проєкт	Презентація
Література				
<p>Scarborough, N. M. (2016). <i>Essentials of entrepreneurship and small business management</i>. Pearson.</p> <p>Burns, P., &amp; Dewhurst, J. (Eds.). (2016). <i>Small business and entrepreneurship</i>. Macmillan International Higher Education.</p>				

Назва модуля	Управління проєктами, планування часу та баланс роботи й життя	
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Експерт з проєктного менеджменту	
	Обов'язковий	Виборний
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин	
<b>Мета/Завдання модуля</b>		
<p>Метою модуля є отримання знань про етапи управління проєктами, які забезпечують ефективне управління часом, і вимагає планування, складання розкладів, моніторингу та контролю всієї проєктної діяльності. Учасники дізнаються, як застосовувати підхід проєктного менеджменту, та знайти баланс у своїй повсякденній підприємницькій рутині.</p>		
<b>Зміст модуля</b>		
<p>Сім основних процесів у тайм-менеджменті проєкту:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>Сплануйте управління розкладом:</i> Більшість ресурсів не згадують про цей процес під час висвітлення питань управління часом. Але перш ніж ви зможете виконати інші кроки, вам потрібно спланувати, як ви будете керувати своїм графіком.</li> <li><i>Визначте напрямки діяльності:</i> Коли у вас є план із тайм-менеджменту, ви можете виявити та визначити свої дії за проєктом. Часто ієрархічна структура робіт (WBS - Work Breakdown Structure) використовується, щоб допомогти визначити дії та завдання в межах проєкту. Також слід визначити основні етапи.</li> <li><i>Упорядкуйте дії:</i> тепер, коли ви знаєте всі завдання, які необхідно виконати, ви можете розпочати їх упорядковувати в належному порядку за допомогою мережевої схеми.</li> <li><i>Оцініть ресурси:</i> В управлінні проєктами термін „ресурси” часто стосується людей. Однак вам також потрібно визначити, які інструменти, матеріали, системи, бюджет та інші ресурси вам знадобляться для виконання кожного завдання.</li> <li><i>Оцініть тривалість:</i> Після того, як ви знаєте, які завдання потрібно виконати, і що вам потрібно для їх виконання, настав час підрахувати, скільки часу потрібно для виконання кожної дії. Деякі менеджери проєктів використовують PERT (Техніка оцінки й аналізу програм (проєктів)), щоб з'ясувати їхню тривалість, особливо якщо задіяно багато невідомих факторів.</li> <li><i>Розробіть графік проєкту:</i> Це можна зробити, ввівши у програму з планування графіком свою діяльність, тривалість, дати початку та закінчення, послідовність та зв'язки.</li> <li><i>Контролюйте графік:</i> Після створення вашого графіку його потрібно моніторити та контролювати. Прогрес потрібно регулярно перевіряти та оновлювати, щоб ви могли порівнювати свою фактично виконану роботу із планом. Це дозволяє зрозуміти, чи є зони, де ви відстаєте від графіка.</li> </ol> <p>Модуль також охоплюватиме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Аналіз щоденного ділового життя учасників та визначення проблем, які можна було б</li> </ul>		

<p>вирішити / покращити за допомогою належного управління часом</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ознайомлення з програмами / цифровими інструментами для управління проєктами та часом.</li> </ul>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Отримання знань про те, як реалізувати принципи ефективного менеджменту</li> <li>- Дізнатися про безкоштовні інструменти для управління проєктами / часом та як покращити управління проєктами та планування часу у власному бізнесі.</li> </ul>				
<b>Оцінювання учасників модуля</b>				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проєкт	Презентація
<b>Література</b>				
<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., &amp; 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 &amp; Sons.</p>				

Назва модуля	Жіноче підприємництво				
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поглиблені знання та навички в галузі жіночого підприємництва;</li> <li>- Навички застосування методів та прийомів навчання для досягнення захопливого та практично орієнтованого навчального процесу, який відповідає специфіці дорослих як учнів;</li> <li>- Щонайменше три роки викладацького та / або консультаційного досвіду, бажано в галузі підприємництва та / або управління малим бізнесом, або два роки досвіду на посаді з основною відповідальністю за управління.</li> </ul>				
	Обов'язковий		Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин				
<b>Мета/Завдання модуля</b>					
Метою модуля є отримання глибших знань щодо типових характеристик підприємств, якими керують жінки..					
<b>Зміст модуля</b>					
<p>Специфічна мотивація жінок до здійснення підприємницької діяльності:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Незадоволення можливостями кар'єрного росту у великих організаціях</li> <li>- Бажання балансувати між роботою та домом</li> <li>- Бажання реалізувати власну бізнес-ідею</li> </ul> <p>Економічна діяльність, якій віддають перевагу жінки, та особливі вимоги до підприємницьких та управлінських навичок</p> <p>Оцінка потреб у розвитку підприємницьких та управлінських навичок у жінок-підприємців</p> <p>Ефективні підходи у навчанні та консультуванні жінок-підприємців.</p>					
<b>Методи та засоби викладання</b>					
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедія та Інтернет	
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше _____	
<b>Очікування від учасників модуля</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Хороше розуміння характеристик жінок як підприємців та менеджерів</li> <li>- Навички оцінки потреб у вдосконаленні підприємницьких та управлінських навичок</li> </ul>					

<p>жінок-підприємців</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Навички адаптувати викладацький підхід під час навчання та консультування жінок-підприємців.</li> </ul>				
Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
Література				
<p>Todorov, K. &amp; 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., &amp; Mitchell, L. (2010). <i>Are successful women entrepreneurs different from men?</i>. Available at SSRN 1604653.</p> <p>García, M. C. D., &amp; 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., &amp; 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>				



Назва модуля	<b>Кібербезпека електронної комерції</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Експерт з питань права та / або ІТ			
	Обов'язковий	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Розвиток достатніх знань та навичок з кібербезпеки електронної комерції, що життєво важливо для успіху бізнесу в цифровому середовищі.				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>Поняття відповідності (“compliance”) та кібербезпеки</p> <p>Найбільші загрози безпеці для електронної комерції: фішинг, “шкідливе програмне забезпечення”, SQL-ін'єкція, міжсайтовий скриптинг (XSS), електронний скіммінг</p> <p>Загальний регламент про захист даних (GDPR) в Європейському Союзі</p> <p>Безпека персональних даних та особистої інформації в електронній комерції</p> <p>Стандарт безпеки індустрії платіжних карток (PCI DSS)</p> <p>Протокол захисту транспортного рівня (TLS), Рівень захищених сокетів (SSL) та HTTPS аутентифікація</p> <p>Багатофакторна автентифікація (MFA), 2-факторна автентифікація (2FA) або двоступенева перевірка</p> <p>Розподілена атака на відмову в обслуговуванні (DDoS)</p> <p>Шкідливе програмне забезпечення та програми-вимагачі</p> <p>Найкращі практики безпеки електронної комерції</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<p>Наприкінці модуля його учасники (експерти з цифровізації) зможуть допомагати жінкам-підприємцям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- здійснювати моніторинг та технічне обслуговування безпеки свого бізнесу;</li> </ul>				

- забезпечити своїх споживачів можливістю здійснювати покупки, яким вони зможуть довіряти;
- бути просунутими у практиці належної гігієни паролів, свідомо переходити за посиланнями та завантажувати вкладення з електронної пошти, а також регулярно оглядати свої сторонні інтеграції.

#### Оцінювання учасників модуля

Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
-------------------------	-----	------------------	--------	-------------

#### Література

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

Назва модуля	<b>Інформаційна грамотність</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Експерт з ІТ, статистики та комунікацій			
	Обов'язковий	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Цей модуль дозволить учасникам 1) визначати точність, актуальність та вичерпність даних; 2) розрізнати факт, точку зору та думку; 3) виявляти недостовірну та оманливу інформацію; 4) обирати дані, що відповідають проблемі чи досліджуваному питанню.				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>Стандарти інформаційної грамотності;</p> <p>Читання, інтерпретація та оцінка інформації;</p> <p>Інформаційні системи управління (MIS);</p> <p>Інструменти для доступу, перетворення та управління даними;</p> <p>Оцінка джерел даних; Аналіз, інтерпретація та оцінка статистики;</p> <p>Передача результатів, висновків та рекомендацій;</p> <p>Перспектива критичного мислення;</p> <p>Оцінка навичок з інформаційної грамотності в інших - самооцінювання</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
<b>Лекції</b>	<b>Воркшопи / семінари</b>	On-site практики	<b>Індивідуальні завдання</b>	Мультимедіа та Інтернет
<b>Дистанційне навчання</b>	<b>Консультації</b>	<b>Лабораторна робота</b>	<b>Робота з наставником</b>	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<p>Наприкінці модуля його учасники (експерти з цифровізації) зможуть навчати жінок-підприємців:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- бути інформаційно грамотними підприємцями, здатними критично та компетентно оцінювати інформацію;</li> <li>- розуміти мову структурованих запитів (SQL), реляційні бази даних (наприклад, MS Access), методи обробки даних, статистичне програмне забезпечення (наприклад, SPSS, STATA, Minitab та MS Excel) та програмне забезпечення для відображення даних (наприклад, MS Excel та MS PowerPoint).</li> </ul>				

Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
Література				
<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 <a href="https://datapopalliance.org/item/beyond-data-literacy-reinventing-community-engagement-and-empowerment-in-the-age-of-data/">https://datapopalliance.org/item/beyond-data-literacy-reinventing-community-engagement-and-empowerment-in-the-age-of-data/</a>.</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 <a href="https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/pub/11-633-x/11-633-x2019003-eng.pdf?st=OkHP5FhR">https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/pub/11-633-x/11-633-x2019003-eng.pdf?st=OkHP5FhR</a>.</p> <p>3. Bryla M. 2018. <i>Data Literacy: A Critical Skill for the 21st Century</i>. Available at <a href="https://www.tableau.com/about/blog/2018/9/data-literacy-critical-skill-21st-century-94221">https://www.tableau.com/about/blog/2018/9/data-literacy-critical-skill-21st-century-94221</a>.</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 <a href="https://dalspace.library.dal.ca/xmlui/handle/10222/64578">https://dalspace.library.dal.ca/xmlui/handle/10222/64578</a>.</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: <a href="https://doi.org/10.29173/iq790">https://doi.org/10.29173/iq790</a></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 <a href="https://www.qlik.com/us/bi/data-literacy">https://www.qlik.com/us/bi/data-literacy</a>.</p>				

Назва модуля	<b>Ділові переговори</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Викладач (тренер) та експерт з ділових переговорів			
	Обов'язковий	<b>Виборний</b>		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Поглиблення знань про процес ділових переговорів, його стратегії та техніки, з акцентом на зміни у процесі ділових переговорів в епоху цифровізації..				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>The process of business negotiation</p> <p>Процес ділових переговорів</p> <p>Переговори в епоху цифрових технологій</p> <p>Етичні проблеми ділових переговорів</p> <p>Стратегії підготовки до переговорів</p> <p>Рішення для ділових переговорів</p> <p>Тактика ведення переговорів для управління відносинами</p> <p>Техніки уникнення поширених помилок під час ведення ділових переговорів</p> <p>Техніки ведення переговорів щодо продажів</p> <p>Процес онлайн-переговорів</p> <p>Приклади ділових переговорів</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	<b>Воркшопи / семінари</b>	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
<b>Дистанційне навчання</b>	<b>Консультації</b>	Лабораторна робота	<b>Робота з наставником</b>	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<p>Наприкінці модуля його учасники (експерти з цифровізації) зможуть навчати жінок-підприємців:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використовувати покрокові техніки для уникнення типових помилок під час ведення ділових переговорів;</li> </ul>				

- досягати ефективних рішень при веденні ділових переговорів;
- вміти вести переговори за допомогою цифрових інструментів.

#### Оцінювання учасників модуля

Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
-------------------------	-----	------------------	--------	-------------

#### Література

1. Ames D., Parlamis J. 2010. *Face-to-Face and Email Negotiations: A Comparison of Emotions, Perceptions and Outcomes*. Available at [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1612871](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1612871).
2. Brett J. 2007. *Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Cultural Boundaries*. 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](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).
3. Craver C.B. 2015. *How to Conduct Effective Telephone and E-Mail Negotiations*. Available at [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2670011](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2670011).
4. Ebner N. 2010. *Trust-Building in E-Negotiation*. Available at [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1722065](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1722065).
5. Harroch R. 2017. *15 Tactics for Successful Business Negotiations*. Available at [www.forbes.com/sites/allbusiness/2016/09/16/15-tactics-for-successful-business-negotiations/#5778f0f42528](http://www.forbes.com/sites/allbusiness/2016/09/16/15-tactics-for-successful-business-negotiations/#5778f0f42528).
6. Harvard Law School. 2018. *Elegant solutions in business negotiations. Program on Negotiation*. Available at <https://www.pon.harvard.edu/daily/business-negotiations/elegant-solutions/>.
7. Stein G., Mehta K. 2020. *Negotiating in a Digitalised Era*. Available at <https://www.europeanbusinessreview.com/negotiating-in-a-digitalised-era/>.
8. World of Learning. 2021. *The Digital Age of negotiation*. Available at <https://www.learnevents.com/blog/2019/07/18/the-digital-age-of-negotiation/>.

Назва модуля	Як цифровізація може допомогти знайти більше / нових клієнтів			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Веб-аналітик, SEO-експерт, експерт з інтернет-маркетингу			
	Обов'язковий	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Отримання чіткого уявлення про цільову аудиторію компанії Ознайомлення з тим, як використовувати онлайн-канали для комунікації з (новими) клієнтами Отримання знань з питань бюджетування невеликої онлайн-кампанії				
<b>Зміст модуля</b>				
Презентація персони (Аватара для цільової аудиторії) SEO-перевірка веб-сайту Приклади найкращих практик маркетингових кампаній в Інтернеті Створення плану етапів власної маркетингової кампанії в Інтернеті				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Отримання інформації про те, як комунікувати з цільовою аудиторією</li> <li>- Пошук точок дотику з цільовою аудиторією в Інтернеті</li> <li>- Отримання натхнення для маркетингової кампанії та технічних порад</li> <li>- Отримання чіткого уявлення про те, що робити самостійно і що делегувати експертам</li> </ul>				
<b>Оцінювання учасників модуля</b>				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація

## Література

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*.



Назва модуля	<b>Інноваційний процес – генерування та обґрунтування бізнес-ідей</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Мати досвід проведення тренінгів для підприємців.</li> <li>- Освоїти наступні інструменти навчання: проведення презентацій, організація презентацій учасників, організація обговорень матеріалів, організація роботи в міні-групах й управління роботою учасників в Інтернеті та мобільних додатках.</li> <li>- Володіти аналітичними навичками, такими як проведення SWOT-аналізу різних ідей.</li> <li>- Тренер (викладач) повинен знати, як розробляється бізнес-план, повинен знати особливості створення маркетингового плану, плану виробництва, організаційного плану та менеджменту, фінансового плану та аналізу ризиків.</li> </ul>			
	Обов'язковий	<b>Виборний</b>		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Навчити експертів з цифровізації процесу генерування ідей.				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>1. Пошук підприємницьких можливостей та генерування відповідних бізнес-ідей Учасники тренінгу ознайомляться з можливостями пошуку підприємницьких можливостей та генерування ідей для перспективного бізнесу в Інтернеті.</p> <p>2. Обґрунтування бізнес-ідей. Бізнес-план. Маркетинговий план. Учасники тренінгу ознайомляться зі структурою бізнес-плану. Кожен учасник напише маркетинговий план проєкту.</p> <p>3. План виробництва, організаційний план та менеджмент.</p> <p>4. Фінансовий план</p> <p>5. Презентації проєктів учасниками</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	<b>Воркшопи / семінари</b>	On-site практики	<b>Індивідуальні завдання</b>	<b>Мультимедіа та Інтернет</b>
<b>Дистанційне навчання</b>	Консультації	Лабораторна робота	<b>Робота з наставником</b>	Інше _____

Очікування від учасників модуля				
<p>Наприкінці модуля його учасники (експерти з цифровізації) зможуть навчати жінок-підприємців:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- розробляти ідеї та застосовувати технології для вдосконалення товарів і послуг або підвищення ефективності виробництва;</li> <li>- бути в курсі того, як цифрові інструменти змінюють роботу, співпрацю та власне організації.</li> </ul>				
Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
Література				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. BusinessTown. The 300 Best Small Business Ideas. URL:<a href="https://businesstown.com/300-best-small-business-ideas/">https://businesstown.com/300-best-small-business-ideas/</a> 26.01.2021</li> <li>2. 54 Small Business Ideas for Anyone Who Wants to Run Their Own Business. URL: <a href="https://blog.hubspot.com/sales/small-business-ideas">https://blog.hubspot.com/sales/small-business-ideas</a> 26.01.2021</li> <li>3. Calculate Stuff. Financial Calculators. URL: <a href="https://www.calculatestuff.com/financial">https://www.calculatestuff.com/financial</a> 26.01.2021</li> <li>4. Ford, B. R., Bornstein, J.M., Pruitt, P.T. (2007) The Ernst &amp; Young Business Plan Guide 3th (third) edition, John Wiley &amp; Sons.</li> <li>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.</li> <li>5. Muller C. 2011. <i>Apple's Approach Towards Innovation and Creativity</i>. GRIN.</li> </ol>				

Назва модуля	<b>Розробка, розміщення, аналіз та просування веб-сайту</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Володіти навичками викладання.</li> <li>- Уміти вести діалог з аудиторією.</li> <li>- Мати всебічне розуміння різних способів розробки, розміщення, аналізу та просування веб-сайту та їх характеристик.</li> <li>- Освоїти такі сервіси, як Tilda та Google Analytics.</li> </ul>			
	Обов'язковий	<b>Виборний</b>		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	12 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Навчальна програма спрямована на вдосконалення знань експертів з цифровізації щодо можливостей розробки, розміщення, аналітики та просування Інтернет-ресурсів.				
<b>Зміст модуля</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обґрунтування потреби в розробці, розміщенні, аналітиці та просуванні Інтернет-ресурсу.</li> <li>2. Розгляд різних варіантів вирішення цієї проблеми. Учасники тренінгу ознайомляться з різними варіантами вирішення завдань із розробки, розміщення, аналітики та просування своїх Інтернет-ресурсів.</li> <li>3. Розробка веб-сайту без знань програмування (за допомогою конструктора Tilda)</li> <li>4. Розміщення розробленого веб-сайту в Інтернеті (за допомогою безкоштовного хостингу Tilda)</li> <li>5. Аналіз ключових показників веб-сайту. Учасники тренінгу отримають загальне розуміння аналітики показників веб-сайтів, а також основних параметрів аналітики в інструменті Google Analytics</li> <li>6. Просування веб-сайтів в пошукових системах. Учасники тренінгу ознайомляться з різними механізмами просування веб-сайтів у пошукових системах (створення контенту, усунення помилок юзабіліті, реклама тощо)</li> </ol>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
<b>Лекції</b>	<b>Воркшопи / семінари</b>	On-site практики	<b>Індивідуальні завдання</b>	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	<b>Консультації</b>	Лабораторна робота	<b>Робота з наставником</b>	Інше _____

Очікування від учасників модуля				
<p>Після навчання учасники будуть знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- різні варіанти вирішення проблем розробки, розміщення, аналітики та просування Інтернет-ресурсу та характеристики цих варіантів;</li> <li>- принципи роботи конструкторів сайтів, переваги та недоліки найпопулярніших конструкторів сайтів;</li> <li>- концепції хостингу та доменного імені, алгоритм розміщення ресурсу в Інтернеті;</li> <li>- основні параметри та можливості аналізу веб-сайтів в інструменті Google Analytics;</li> <li>- різні механізми просування веб-сайту в пошукових системах.</li> </ul>				
Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
Література				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Create beautiful websites without any code on Tilda. URL: <a href="https://tilda.cc/?lang=en">https://tilda.cc/?lang=en</a></li> <li>2. Wix. URL: <a href="https://www.wix.com">https://www.wix.com</a></li> <li>3. Wordpress.com. URL: <a href="https://wordpress.com">https://wordpress.com</a></li> <li>4. Google Analytics. URL: <a href="https://analytics.google.com">https://analytics.google.com</a></li> </ol>				

Назва модуля	<b>Маркетинг у соціальних мережах (SMM) та практичне використання соціальних мереж для потреб бізнесу</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Освоїти проведення презентацій, організацію презентацій учасників, організацію обговорень матеріалів, організацію роботи в міні-групах та управління роботою учасників в Інтернеті та мобільних додатках</li> <li>- Мати компетентності в галузі маркетингу соціальних мереж, бути експертом у використанні Facebook та Instagram для бізнес-потреб.</li> </ul>			
	Обов'язковий	<b>Виборний</b>		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Метою модуля є вдосконалення практичних навичок використання соціальних мереж для ефективного маркетингу, особливо Facebook та Instagram.				
<b>Зміст модуля</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення облікових записів для бізнесу у Facebook та Instagram</li> <li>2. SMM -стратегія. Мета створення облікових записів у соціальних мережах. KPI у соціальних мережах</li> <li>3. Аналіз конкурентів, цільової аудиторії, контент-план – вибір цільових сегментів клієнтів та опис профілю клієнта; розробка контент-плану (тематичні заголовки, календарний план за темами, візуальна презентація)</li> <li>4. Таргетована реклама – налаштування кампанії.</li> </ol>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
<b>Лекції</b>	<b>Воркшопи / семінари</b>	<b>On-site практики</b>	<b>Індивідуальні завдання</b>	Мультимедія та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	<b>Робота з наставником</b>	Інше _____
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
Знання функціональних можливостей соціальних мереж та навички їх ефективного використання в маркетингових цілях.				
Під час тренінгу учасники навчатимуться й самостійно зробиють:				

- Сторінку для свого бізнесу в соціальних мережах Facebook та Instagram.
- Наповняють сторінки оригінальним контентом.
- Розроблять стратегію просування в соціальних мережах.
- Розроблять контент-план на місяць із заголовками та візуальною презентацією.
- Освоять платну таргетовану рекламу у Facebook та Instagram.
- Представлять свої сторінки наприкінці навчання.

#### Оцінювання учасників модуля

Письмовий /  
усний іспит

Есе

Практична  
робота

Проект

Презентація

#### Література

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

Назва модуля	<b>Впровадження цифрових технологій – приклад системи Bitrix24.CRM</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Освоїти проведення презентацій, організацію презентацій учасників, організацію обговорень матеріалів, організацію роботи в міні-групах та управління роботою учасників в Інтернеті та мобільних додатках.  Поглиблене розуміння різних способів розробки та аналізу бізнес-процесів у Bitrix24.			
	<b>Обов'язковий</b>	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Модуль присвячений навчанню застосування можливостей CRM-системи для бізнесу, що дозволить підвищити ефективність процесів компанії, залучити та утримати клієнтів, збільшити продажі, поліпшити якість обслуговування.				
<b>Зміст модуля</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика CRM-системи Учасники тренінгу ознайомляться із загальними характеристиками CRM-системи, її структурою та групою завдань, які вирішує CRM-система.</li> <li>2. Розробка плану реалізації Учасники тренінгу ознайомляться із критеріями вибору системи управління відносинами з клієнтами, основними цілями та завданнями, а також із розробкою плану впровадження.</li> <li>3. Структура та основні функції системи Bitrix24 Учасники тренінгу ознайомляться зі структурою системи Bitrix24, основними функціями системи. Вони вивчать особливості налаштування системи та можливості CRM-маркетингу.</li> <li>4. Технологія створення та налаштування параметрів бізнес-процесів компанії Учасники тренінгу ознайомляться з технологією побудови бізнес-процесів компанії, формуванням та аналізом аналітичних звітів за кожною операцією (воронка продажів).</li> </ol>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції Теоретичні презентації	Воркшопи / семінари	On-site практики <b>Bitrix24</b>	Індивідуальні завдання <b>Bitrix24</b>	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше _____

Очікування від учасників модуля				
<p>Учасники модуля дізнаються, як адаптувати основні компоненти системи Bitrix24 для бізнесу; налаштувати взаємодію основних бізнес-процесів у CRM-системі для бізнесу. Усі учасники зможуть систематизувати роботу компанії в системі Bitrix24. Кожен учасник використовуватиме низку інструментів та функцій CRM-системи, щоб забезпечити швидку, зручну та ефективну роботу в компанії.</p>				
Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація
Література				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Report on the results of the study. Bitrix24 Ukraine. URL: <a href="https://www.bitrix24.ua/crmresearch2018/">https://www.bitrix24.ua/crmresearch2018/</a></li> <li>2. Bitrix24. URL: <a href="https://www.bitrix24.ua/">https://www.bitrix24.ua/</a></li> </ol>				



Назва модуля	<b>Успішне проєктування онлайн-тренінгів</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Старший тренер, експерт у проведенні онлайн-тренінгів			
	Обов'язковий	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Отримання знань про підготовку та проведення онлайн-тренінгів і передачу контенту через ZOOM чи інші платформи, такі як WONDER, MIRO, Teams.				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>Вивчення повного спектру можливостей Zoom та інших інструментів, а також спеціальних вимог для передачі знань в Інтернеті</p> <p>Вивчення додаткових інструментів, таких як Miro (Visual Collaboration Platform), Doc-Sharing тощо.</p> <p>Onboarding (Онбординг, Адаптація) – як залучити людей, що сидять перед екранами, в якості онлайн-тренера</p> <p>Отримання нових відомостей про те, як легко ділитися документами / як організувати онлайн-семінар</p> <p>Отримання нових відомостей про те, як підкреслити важливість взаємодії в онлайн-середовищі</p> <p>Вправа для відпрацювання дидактичних навичок в контексті Інтернету</p> <p>Приклади поширених запитань та найпоширеніші технічні проблеми, що виникають в учасників</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Отримання знань про те, як успішно планувати, підготовувати та проводити онлайн-тренінги за допомогою різних онлайн-платформ.</li> <li>- Розуміння відмінностей та переваг різних онлайн-платформ.</li> <li>- Розуміння специфічних характеристик та вимог успішних онлайн-тренінгів порівняно</li> </ul>				

з on-site (очними) тренінгами.				
<b>Оцінювання учасників модуля</b>				
Письмовий / усний іспит	Есе	<b>Практична робота</b>	Проект	Презентація
<b>Література</b>				
<p>Margareth Driscoll; 2010; Web based training – creating e-learning experiences;  <a href="https://books.google.at/books?hl=de&amp;lr=&amp;id=SQb9GNZMV6cC&amp;oi=fnd&amp;pg=PR3&amp;dq=preparing+e+learning+training+literatur&amp;ots=Gl6238__D5&amp;sig=WZRUC2_VxYZxHGONoC2-8Ec1HgQ#v=onepage&amp;q&amp;f=false">https://books.google.at/books?hl=de&amp;lr=&amp;id=SQb9GNZMV6cC&amp;oi=fnd&amp;pg=PR3&amp;dq=preparing+e+learning+training+literatur&amp;ots=Gl6238__D5&amp;sig=WZRUC2_VxYZxHGONoC2-8Ec1HgQ#v=onepage&amp;q&amp;f=false</a></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>				

Назва модуля	<b>Розвиток м'яких та особистих навичок для експертів із цифровізації</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Експерт із комунікації, бажано з досвідом у галузі психології			
	Обов'язковий	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
Навчання експертів із цифровізації для розвитку м'яких та особистих навичок, важливих для ефективнішої роботи з жінками та для кращого розуміння їхніх потреб та їхньої психології. Модуль допоможе експертам із цифровізації краще профілювати жінок та визначати їхні бізнес-проблеми й потреби, їхні плани щодо бізнесу та їхні очікування від співпраці.				
<b>Зміст модуля</b>				
Ice breaking (техніки/ігри, що допомагають налагодити взаємодію між присутніми та створити позитивну атмосферу співпраці) Природа м'яких навичок Соціальні відносини та взаємодії. Емпатія (Співпереживання). Комунікативні та презентаційні навички Навички ведення переговорів Навички роботи в команді (методи об'єднання) Лідерські навички Практичні вправи				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
Розвиток нових особистих і комунікативних навичок та впровадження нових методів навчання з жінками-підприємцями.				

Оцінювання учасників модуля				
Письмовий / усний іспит	Есе	<b>Практична робота</b>	Проєкт	Презентація
<b>Література</b>				
Mohan, K., Banerji, M. (2017), <i>Developing Communication Skills</i> , Laxmi Publications.				

Назва модуля	<b>Ефективні методи навчання жінок-підприємців</b>			
Ключові кваліфікації тренера (викладача)	Досвід роботи у сфері (жіночої) психології та педагогіки; Тренер з питань ґендерів та різноманітності, експерт курсів з підготовки тренерів			
	Обов'язковий	Виборний		
Кількість годин, протягом яких повинен вивчатися модуль	8 годин			
<b>Мета/Завдання модуля</b>				
<p>Навчання експертів із цифровізації жіночій психології; поглиблення їхнього розуміння конкретного середовища, в якому жінки працюють краще, та емоційної підтримки, якої жінки можуть потребувати</p> <p>Підвищення уваги до потреб жінок-підприємців як цільової групи</p> <p>Різні педагогічні підходи при роботі з жінками-підприємцями</p>				
<b>Зміст модуля</b>				
<p>Жіноча психологія</p> <p>Роль, виклики (проблеми) та особливі потреби жінок-підприємців</p> <p>Підходящі методи передачі знань жінкам-підприємцям</p> <p>Використання часу для ефективної роботи та отримання зворотного зв'язку під час навчання жінок-підприємців</p>				
<b>Методи та засоби викладання</b>				
Лекції	Воркшопи / семінари	On-site практики	Індивідуальні завдання	Мультимедіа та Інтернет
Дистанційне навчання	Консультації	Лабораторна робота	Робота з наставником	Інше _____
<b>Очікування від учасників модуля</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Засвоєння певних особливостей жіночої психології</li> <li>- Наявність належного мислення для проведення тренінгів для жінок-підприємців</li> <li>- Підвищення уваги до потреб жінок-підприємців</li> <li>- Ефективний тайм-менеджмент для проведення тренінгів</li> </ul>				
<b>Оцінювання учасників модуля</b>				
Письмовий / усний іспит	Есе	Практична робота	Проект	Презентація

## Література

- 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.

## Додаток 1: Чек-лист – Інтерв'ю з жінками-підприємцями

На основі огляду літератури були визначені запитання для проведення інтерв'ю з жінками-підприємцями. Через природу предмету неможливо було передбачити, які інформаційні прогалини можуть бути важливими для процесу збору даних, саме тому дослідникам було запропоновано розглядати тему, виходячи за межі цих запитань, та отримати уявлення про всі важливі аспекти розробки Навчальної програми..

- *Який рівень використання цифрових інструментів у Вашій поточній підприємницькій практиці? Будь ласка, опишіть, якими саме інструментами Ви користуєтеся.*
- *Чи стикалися Ви з прикладом якоїсь компанії у Вашій галузі, яка робить успішний вплив на ринок, використовуючи цифрові інструменти, який ви могли б використовувати як певний еталон для власного натхнення? Опишіть, будь ласка.*
- *Яким чином цифрові інструменти можуть покращити охоплення Ваших наявних або нових клієнтів?*
- *Яку частину цифрових інструментів, на вашу думку, ви могли б використовувати самі, а яку частину ви хотіли б відправити на аутсорсинг?*
- *Чи має соціальна відповідальність та активність особливе значення для Вас? Чи хотіли б Ви включити внесок у суспільство до віртуальної презентації свого бізнесу?*
- *Як ви думаєте, загалом жінки турбуються на рахунок кібербезпеки? Яким чином?*
- *Чи хотіли б Ви пройти тренінг із цифрових інструментів, де надаються покрокові інструкції до дій?*
- *Чи хотіли б Ви, щоб тренінги включали демонстрацію впливу використання цифрових інструментів на збільшення доходу Вашого бізнесу?*
- *Як зробити тренінги для жінок-підприємців максимально ефективними, зайнявши мінімум часу, включаючи поїздки?*
- *Як Ви вважаєте, чи потрібно передбачати певну гнучкість у часі та / або місці, щоб проводити навчання для жінок-підприємців? В якому сенсі? Що було б найбільш доречним? Чи краще організувати таке навчання в режимі он-лайн або оффлайн? Чому? Чи будуть попередньо записані заняття хорошим рішенням? (Можливість доступу за будь-якої зручної нагоди, пристосування до справ із догляду за сім'єю, економія часу на поїздки)*
- *Чи використовують жінки-підприємці соціальні мережі для нетворкінгу? Якщо так, то які саме?*
- *Чи вважаєте Ви, що зміст тренінгів із цифровізації має бути адаптований конкретно до потреб жінок-підприємців у якому-небудь сенсі? Будь ласка, опишіть.*
- *Чи є щось ще, що ви вважаєте важливим, та не було охоплено?*

## Додаток 2: Чек-лист – Інтерв'ю з експертами з цифровізації

На основі огляду літератури були визначені запитання для проведення інтерв'ю з експертами з цифровізації. Через природу предмету неможливо було передбачити, які інформаційні прогалини можуть бути важливими для процесу збору даних, саме тому дослідникам було запропоновано розглядати тему, виходячи за межі цих запитань, та отримати уявлення про всі важливі аспекти розробки Навчальної програми.

- *В цілому, чи вміють експерти з цифровізації аналізувати бізнес-модель своїх клієнтів із сегменту мікробізнесу та допомагати їм впроваджувати інновації на основі застосування цифрових інструментів?*
- *Чи хотіли б Ви мати більше бізнес-знань, щоб мати можливість краще зрозуміти потреби підприємців та потенціал цифровізації? Якщо так, то з яким аспектом бізнес-знань ви б хотіли більше ознайомитися?*
- *Чи можливо зробити вплив на ринок, від якого б виграла підприємства, якими керують жінки за умов невеликого бюджету на цифровий маркетинг?*
- *Чи можливо вповноважити жінок ефективно використовувати цифрові інструменти у своєму бізнесі самостійно? На Вашу думку, яку частину з них їм слід передавати на аутсорсинг?*
- *Як Ви, як експерт із цифровізації, можете зробити так, щоб жінки-підприємці почували себе більш комфортно з їхніми проблемами з питань кібербезпеки?*
- *Якщо соціальна відповідальність та активність мають особливе значення для жінок – як віртуально включити це у презентацію свого бізнесу? Чи може їхня кампанія з цифрового маркетингу також включати внесок у суспільство, щоб бути привабливою для них?*
- *Під час навчання жінок-підприємців без технічної підготовки щодо використання цифрових інструментів у своєму бізнесі – чи можливо проводити тренінг, де надаються покрокові інструкції до дій? Як це можна реалізувати?*
- *Чи можна застосувати практичний підхід, показуючи жінкам, як користуватися цифровими інструментами, й дозволяючи їм практикуватися їх експертом із цифровізації?*
- *Чи можуть тренінги включати демонстрацію впливу цифровізації на збільшення доходу бізнесу з метою підвищення мотивації жінок присвячувати себе тренінгам?*
- *Наскільки важливою є мова викладання тренінгів про цифрові інструменти? Чи може використання простої мови замість технічної підвищити рівень засвоєння знань?*
- *Як зробити тренінги максимально ефективними для жінок-підприємців, які часто стикаються із проблемами поєднання приватного та підприємницького життя, займаючи найменше часу, включаючи поїздки?*
- *Як забезпечити нетворкінг для жінок-підприємців в межах онлайн-тренінгів?*
- *Чи можливо створити програму, яка поєднуватиме тренінги з безкоштовними порадами, якщо знадобиться додаткова допомога?*
- *Чи вважаєте Ви, що зміст тренінгів із цифровізації може бути пристосований конкретно до потреб жінок-підприємців у якому-небудь сенсі?*
- *Чи є щось ще, що ви вважаєте важливим, та не було охоплено?*



## Додаток 3: Библиографичний опис

- 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](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](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](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](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 Кръгозор, 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](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](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](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](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](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](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](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/](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://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/>