

# E-COMMERCE TRAINING FÜR UNTERNEHMERINNEN



**Intellektuelle Ausgabe 1  
(Teil 1)**

**Maßgeschneiderter  
Studienplan für  
Unternehmerinnen  
im E-Commerce  
Bereich**

2021 - 2024

# INHALT

## 1 Projekteinführung ... 3

---

Wie und Warum?

## 2 Analyse des Bildungsbedarfs von Unternehmerinnen im E-commerce ... 3

---

2.1. Literaturübersicht ... 4

2.1.1 Was ist E-commerce? ... 4

2.1.2 E-commerce und Unternehmerinnen: Herausforderungen und Chancen ... 5

2.1.3 Fazit ... 11

2.2. Analyse der Ergebnisse der Online-Umfrage ... 11

## 3 Massgeschneiderter Studienplan für Unternehmerinnen im E-commerce ...16

---

3.1. Allgemeine Informationen über das Programm ... 17

3.2. Bildungsmodule ... 20

3.2.1. Einführung in den E-Commerce ... 23

3.2.2. Finanzverwaltung ... 27

3.2.3. Operatives Management ... 30

3.2.4. Rechtliche Rahmenbedingungen ... 27

3.2.5. Digitale Fähigkeiten ... 30

3.2.6. Soft Skills ... 34

## 4 Schlussfolgerung ... 38

---

Partner. Finanzierungshinweis ... 39



# 1. PROJEKTEINFÜHRUNG

---

## Warum und Wie

Bei der Gründung und Führung eines Unternehmens sind Frauen mit vielen Problemen konfrontiert, wenn es um den Zugang zu Finanzmitteln und Informationen, Training, den Zugang zu Netzwerken für Geschäftszwecke und die Vereinbarkeit von geschäftlichen und familiären Belangen geht. Um diese Probleme zu lösen und Unternehmerinnen zu unterstützen, hat die EU den Aktionsplan "Unternehmertum 2020" umgesetzt und die "Hervorhebung von Chancen für Frauen" als ein Ziel dieses Plans festgelegt. Das Projekt Ecommerce4Women wird dazu beitragen, diese Herausforderungen zu lösen, indem es Frauen den Zugang zu Informationen erleichtert und ein Trainingsprogramm für Unternehmerinnen entwickelt, das die Selbständigkeit von Frauen unterstützt und ihnen so eine bessere Chance gibt, ihr Potenzial zu entfalten.

## 2. ANALYSE DES BILDUNGSBEDARFS VON UNTERNEHMERINNEN IM E-COMMERCE BEREICH

---

Die Entwicklung eines maßgeschneiderten Studienplans für Unternehmerinnen im E-Commerce stützt sich auf die Untersuchung der Bildungsbedürfnisse der Zielgruppe, die von den Partnerorganisationen in den Anfangsphasen des Projekts durchgeführt wurde. Diese Forschung wurde während der IO1 Phase analysiert und gibt eine klare Richtung für die Entwicklung des Studienplans sowie des Schulungsmaterials für Bildungsmodule vor, die die Lücke in den Fähigkeiten von Unternehmerinnen verringern und zu ihren berufsbezogenen Kompetenzen beitragen werden.

## 2.1. LITERATURÜBERSICHT

In der Anfangsphase von IO1 erstellten die Partner eine Literaturübersicht, die die historische Entwicklung des E-Commerce und die Entwicklung der Beteiligung von Frauen in diesem Sektor darstellte. Der Hauptzweck bestand darin, die geschlechtsspezifischen Herausforderungen zu beleuchten, mit denen Unternehmerinnen im E-Commerce Bereich konfrontiert sein könnten, um sicherzustellen, dass der Studienplan auf diese einzigartigen Herausforderungen bestmöglich zugeschnitten ist. Die Literaturrecherche ergab Lücken in der bestehenden Forschung und Bereiche, in denen mehr Wissen oder Unterstützung benötigt wird. Finanzielle und digitale Fähigkeiten sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wurden als einige der wichtigsten Faktoren in diesem Zusammenhang ermittelt.



---

### 2.1.1 WAS IST E-COMMERCE

Die Wurzeln des E-Commerce lassen sich bis in die 1960er Jahre zurückverfolgen, als die Entwicklung von Electronic Data Interchange (EDI)-Systemen es Unternehmen ermöglichte, Geschäftsdokumente elektronisch auszutauschen. In den 1990er Jahren führte das Aufkommen des World Wide Web und die Einführung sicherer Bezahlsysteme zur Entstehung des Online-Shoppings. Im Jahr 1995 veröffentlichte das Internetportal Netscape.com die erste Web-Werbung, was das Potenzial des Internets als neues Medium für Werbung und Verkauf aufzeigte (Basarir-Ozel und Mardikyan, 2017). Der Begriff E-Commerce wurde bald für alle über das Internet oder das Web abgewickelten Geschäftstransaktionen verwendet (Laudon und Laudon, 2014).

Seitdem hat sich der E-Commerce erheblich weiterentwickelt, wobei der Aufstieg mobiler Geräte und sozialer Medienplattformen neue Trends und Geschäftsmodelle vorantreibt. Im Jahr 2021 machte der E-Commerce fast 19 Prozent des weltweiten Einzelhandelsumsatzes aus; es wird prognostiziert, dass der Online-Segment bis 2026 etwa ein Viertel des gesamten globalen Einzelhandelsumsatzes ausmachen wird. In finanzieller Hinsicht wird der globale E-Commerce-Markt im Jahr 2023 auf einen Wert von 6,3 Billionen USD geschätzt, was eine Steigerung von 10,4 % im Vergleich zu 2022 bedeutet (Shopify, 2022). Es wird prognostiziert, dass diese Zahl bis 2025 auf über sieben Billionen USD steigen wird (Statista, 2023).

E-Commerce bietet Unternehmen mehrere Vorteile, darunter erhöhte Reichweite und Zugänglichkeit, reduzierte Kosten, verbesserte Kundenerfahrung und erweiterte Datenanalyse. Online-Shops können Kunden überall auf der Welt und zu jeder Tageszeit erreichen, ohne die Notwendigkeit von physischen Geschäften oder Verkaufspersonal. Darüber hinaus ermöglicht E-Commerce Unternehmen, detaillierte Daten über ihre Kunden zu sammeln, einschließlich Kaufhistorie und Browsing-Verhalten, die zur Personalisierung des Marketings und zur Verbesserung der Kundenerfahrung genutzt werden können.

Die Zukunft des E-Commerce wird voraussichtlich von mehreren wichtigen Trends geprägt sein, darunter Mobile Commerce, Social Commerce und Omnichannel-Handel. Mobile Geräte sind zunehmend der primäre Weg, über den Verbraucher/-innen auf das Internet zugreifen und Einkäufe tätigen, was die mobile Optimierung für E-Commerce-Unternehmen unerlässlich macht. Soziale Medienplattformen werden ebenfalls zu wichtigen Kanälen für den E-Commerce und ermöglichen es Unternehmen, Kund/-innen dort zu erreichen, wo sie bereits online ihre Zeit verbringen. Schließlich wird Omnichannel-Handel – die nahtlose Integration von Online- und Offline-Einkaufserlebnissen – immer wichtiger, da Kund/-innen eine konsistente Erfahrung über alle Kontaktpunkte hinweg erwarten.

Insgesamt hat der E-Commerce die Art und Weise, wie Unternehmen arbeiten, revolutioniert und bietet beispiellose Reichweite und Zugänglichkeit, reduzierte Kosten und verbesserte Kundenerfahrungen. Er stellt jedoch auch erhebliche Herausforderungen dar, einschließlich Sicherheitsrisiken, logistischer Komplexitäten und intensiven Wettbewerbs. Um im sich schnell entwickelnden E-Commerce-Markt erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen, neue Trends und Technologien annehmen und gleichzeitig einen kundenorientierten Fokus beibehalten.

## **2.1.2 E-COMMERCE UND UNTERNEHMERINNEN: HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN**

Der E-Commerce hat neue Möglichkeiten für Unternehmerinnen eröffnet, Unternehmen zu gründen und zu wirtschaftlich zu wachsen. Mit der wachsenden Beliebtheit des Online-Shoppings hat der E-Commerce Unternehmerinnen eine Plattform geboten, um größere Märkte zu erschließen, neue Kund/-innen zu erreichen und ihre Geschäfte weltweit auszubauen. Der Aufstieg digitaler Technologien hat es Unternehmerinnen auch ermöglicht, einige der traditionellen Barrieren zu überwinden, denen sie beim Zugang zu Finanzierung und Ressourcen begegnen. Darüber hinaus hat der E-Commerce Unternehmerinnen eine größere Flexibilität bei der Verwaltung ihrer Geschäfte geboten, sodass sie ihre Arbeit und familiären Verpflichtungen effektiver in Einklang bringen können.

Dennoch stehen Unternehmerinnen im E-Commerce weiterhin vor Herausforderungen, einschließlich des Bedarfs an digitalen Fähigkeiten und dem Zugang zu Technologie, der Navigation durch komplexe Online-Marktplätze und Zahlungssysteme sowie dem Wettbewerb mit größeren, etablierten Unternehmen. Darüber hinaus können geschlechtsspezifische Vorurteile und Stereotype das Verbraucherverhalten beeinflussen und die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von Unternehmen, die von Frauen geführt werden, im E-Commerce einschränken.

Trotz dieser Herausforderungen gibt es Hinweise darauf, dass Unternehmerinnen im E-Commerce florieren und einen bedeutenden Beitrag zur digitalen Wirtschaft leisten. Im Folgenden finden Sie einen kurzen Überblick über die relevantesten Faktoren im Zusammenhang mit Unternehmerinnen, die im E-Commerce tätig sind.

## **Zugang zu Kapital**

Der Mangel an Zugang zu Kapital ist ein bedeutendes Hindernis für Unternehmerinnen beim Start und bei der Skalierung ihrer Unternehmen. Unternehmerinnen haben oft Schwierigkeiten, auf traditionelle Formen der Finanzierung, wie Bankkredite und Risikokapital, zuzugreifen, aufgrund systemischer Vorurteile und Diskriminierung. Eine Studie von Guzman und Kacperczyk (2019) zeigte, dass Frauen um 63 % weniger wahrscheinlich externes Kapital in Form von Risikokapital erhalten als Männer, wobei ein wesentlicher Teil der Lücke (65 %) aus Unterschieden im Geschlecht resultiert, da Frauen weniger wahrscheinlich Unternehmen gründen, die für Investoren ein Wachstumspotenzial signalisieren. Ein solcher Mangel an Zugang zu Kapital kann Frauen daran hindern, in ihre Unternehmen zu investieren, Mitarbeitende einzustellen und ihre Aktivitäten auszuweiten. Darüber hinaus verfügen Frauen möglicherweise auch über weniger persönliche Ressourcen, wie Ersparnisse oder Sicherheiten, auf die sie bei der Gründung eines Unternehmens zurückgreifen können. Dies kann dazu führen, dass sie sich auf informelle Finanzierungsquellen wie den Freundeskreis und die Familie verlassen müssen, die möglicherweise nicht genügend Kapital bereitstellen, um das Unternehmen vollständig zu unterstützen.

Der Mangel an Zugang zu Kapital kann letztendlich das Wachstum und den Erfolg von Unternehmen, die Frauen gehören, behindern und den potenziellen wirtschaftlichen Nutzen begrenzen, der aus ihren unternehmerischen Aktivitäten resultieren könnte.

E-Commerce-Plattformen können dazu beitragen, das Problem des erschwerten Zugangs zu Kapital zu mildern, indem sie einen kostengünstigen Einstiegspunkt in die Unternehmertätigkeit bieten, da sie in der Regel im Vergleich zu traditionellen Unternehmen eine geringere anfängliche Investition erfordern. Dies kann es Unternehmerinnen erleichtern, ihre Unternehmen zu gründen und zu skalieren, ohne signifikante Kapitalbeträge zu benötigen. Darüber hinaus können E-Commerce-Plattformen den Zugang zu alternativen Finanzierungsmöglichkeiten wie Crowdfunding und Peer-to-Peer-Krediten ermöglichen, die für Unternehmerinnen möglicherweise zugänglicher sind und Diskriminierung durch traditionelle Finanzierungsquellen erfahren.

Ein weiterer Vorteil von E-Commerce im Vergleich zu traditionellen Einzelhandelsunternehmen besteht in seinem Potenzial, die Betriebskosten zu senken, was das Unternehmen langfristig nachhaltiger macht. Durch die Beseitigung der Notwendigkeit eines physischen Geschäfts kann der E-Commerce die Kosten für die Anmietung, Instandhaltung und Besetzung eines Einzelhandelsraums erheblich reduzieren. Darüber hinaus kann der Übergang zum E-Commerce auch die Kosten für das Bestandsmanagement senken, indem Unternehmen Drop-Shipping oder Just-in-Time-Bestandsmanagement einführen, bei dem Produkte direkt vom Lieferanten an den Kunden versendet werden.

E-Commerce kann auch den Bestell- und Zahlungsprozess optimieren und so den Bedarf an manueller Arbeit und damit verbundenen Kosten reduzieren. E-Commerce-Plattformen automatisieren einen Großteil der Auftragsabwicklung und Zahlungseingänge, was den Bedarf an manueller Arbeit verringert und Unternehmen ermöglicht, Bestellungen schneller und effizienter abzuwickeln. Darüber hinaus bietet der E-Commerce Unternehmen Zugang zu einem breiteren Kundenstamm, was es ihnen ermöglicht, ihre Produkte an Kund/-innen in verschiedenen geografischen Regionen zu verkaufen, ohne zusätzliche Marketing- oder Werbekosten zu verursachen. Dies kann besonders vorteilhaft für kleine Unternehmen sein, die möglicherweise nicht über die Ressourcen verfügen, um sich an traditionellen Werbekampagnen zu beteiligen. E-Commerce-Plattformen bieten eine Vielzahl von Marketing-Tools, die Unternehmen nutzen können, um ihre Produkte und Dienstleistungen zu bewerben. Diese Tools können hoch zielgerichtet sein und es Unternehmen ermöglichen, die richtigen Kund/-innen zur richtigen Zeit zu erreichen, ohne hohe Kosten zu verursachen. Dies bedeutet, dass Unternehmen ihren Kundenstamm erweitern und den Umsatz steigern können, ohne wesentliche zusätzliche Ausgaben zu verursachen. Als Ergebnis können Unternehmerinnen mit weniger finanziellen Investitionen Unternehmen gründen und führen, was besonders vorteilhaft für diejenigen ist, die mit finanziellen Einschränkungen konfrontiert sind.

Kapital bleibt jedoch auch nach der anfänglichen Investition als Einstieg in die Unternehmertätigkeit ein Problem. Zum Beispiel haben 47% der kanadischen Unternehmen, die von Frauen geführt werden und E-Commerce nutzen, Schwierigkeiten, externe Investitionen zu sichern, verglichen mit 67% der Unternehmen, die von Männern geführt werden und glauben, dass es einfach ist, externe Investitionen zu erhalten (PayPal Inc, 2018).

### **Erhöhte Reichweite**

E-Commerce kann eine entscheidende Rolle dabei spielen, die Reichweite von Unternehmen, die von Frauen geführt werden, zu erhöhen, indem es ihnen eine Plattform bietet, um ihre Produkte und Dienstleistungen über ihre lokalen Gemeinschaften hinaus zu verkaufen. Es kann auch helfen, die traditionellen Barrieren zu überwinden, mit denen Frauen beim Zugang zu Märkten konfrontiert sind, wie beispielsweise den Mangel an Kapital oder gesellschaftliche Normen, die ihre Mobilität einschränken.

Darüber hinaus bieten E-Commerce-Plattformen eine Vielzahl von Marketing- und Werbemitteln, die Unternehmerinnen dabei helfen können, ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und mehr Kunden zu erreichen. Eine von PayPal Inc. (2018) in Auftrag gegebene Studie ergab, dass Unternehmerinnen, die soziale Medien und andere Online-Marketingtools nutzten, eher ihre Umsätze steigerten als diejenigen, die dies nicht taten. Konkret nannten 73% der befragten Unternehmerinnen, die Produkte und Dienstleistungen online verkaufen, E-Commerce als einen Faktor für nachhaltiges Wachstum und Erfolg.

In Bezug auf die Ausweitung des geografischen Wirkungsbereichs zeigt die Studie, dass Unternehmerinnen eher den Wert erkennen, international Geschäfte zu betreiben, und die Kraft des E-Commerce nutzen, um ihre Geschäftstätigkeit zu ermöglichen. 28 % der online betriebenen Unternehmen von Frauen verkaufen weltweit, und 61 % geben an, dass der internationale Verkauf ein Faktor für den Erfolg ihres Unternehmens war.

Darüber hinaus können E-Commerce-Plattformen auch Datenanalyse und Kundeneinblicke bereitstellen, was es Unternehmerinnen ermöglicht, die Kund/-innen außerhalb ihrer unmittelbaren Gemeinschaft besser zu verstehen und ihre Produkte und Dienstleistungen an deren Bedürfnisse anzupassen.

### **Work-Life-Balance**

Die Erreichung einer Work-Life-Balance kann besonders herausfordernd sein für Frauen, die versuchen, ihre persönlichen und beruflichen Verantwortlichkeiten in Einklang zu bringen. Während es sicherlich Frauen gibt, die aus ähnlichen Gründen wie Männer in die Unternehmertätigkeit einsteigen, wie zum Beispiel der Wunsch nach Unabhängigkeit und finanzieller Gewinn, wählen im Gegensatz zur Mehrheit der Männer viele Frauen die Unternehmertätigkeit auch speziell, um die Balance zwischen Arbeitsaufgaben und Verdienstpotezial mit häuslichen und familiären Verpflichtungen zu erleichtern (McGowan et al, 2012).

Die digitale Unternehmertätigkeit hat sich insbesondere als mögliche Lösung für dieses Problem herauskristallisiert. Online-Plattformen bieten Unternehmerinnen eine erhöhte Flexibilität bei der Verwaltung ihrer Unternehmen, da sie von überall mit einer Internetverbindung betrieben werden können, was es den Unternehmerinnen ermöglicht, von zu Hause aus oder von entfernten Standorten aus zu arbeiten. Diese Flexibilität kann besonders vorteilhaft für Unternehmerinnen sein, die Arbeit mit anderen Verpflichtungen wie Kinderbetreuung oder Pflegeaufgaben in Einklang bringen.

Allerdings wurde trotz der zunehmenden Nennung von Flexibilität und Kinderbetreuungsverpflichtungen als starke Motivationen für den Start eines unternehmerischen Unternehmens von Frauen vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit darauf verwendet, ihre Motivationen, Erwartungen und tatsächlichen Erfahrungen in der Unternehmertätigkeit zu erkunden und inwieweit die Unternehmertätigkeit tatsächlich ein verbessertes Gleichgewicht zwischen beruflichen und persönlichen Verantwortlichkeiten bietet. Insbesondere wurden zeitliche Verpflichtungen, ständige Arbeitsanforderungen und die Notwendigkeit, familiäre Interessen mit den Anforderungen des Unternehmens in Einklang zu bringen, als die Hauptquellen für Spannungen, Stress und Schuldgefühle bei befragten Frauenunternehmerinnen genannt, insbesondere vor dem Hintergrund, dass Frauen in den meisten Haushalten die Hauptverantwortung für die Betreuung tragen.



Die digitale Umgebung verstärkt dieses Problem nur noch weiter, da sie die Möglichkeit und die Erwartung impliziert, ständig online und verfügbar zu sein (European Institute for Gender Equality, 2020). Digitale Unternehmerinnen nannten die Verfügbarkeit und den Versuch, abzuschalten, als einige der Hauptspannungen, die sie erleben, zusammen mit der Balance von sozialen und familiären Verpflichtungen (Malik, 2017). Die Digitalisierung kann zur Gesamtintensivierung der Arbeit beitragen und zu übermäßiger Arbeit führen (Peña-Casas et al., 2018); Mitarbeitende mit scheinbar hoher Autonomie arbeiten über ihre Grenzen hinaus, bekommen Burn-Out und beeinträchtigen schwerwiegend ihre Gesundheit und ihre persönlichen Beziehungen (Pérez-Zapata et al., 2016). Untersuchungen haben gezeigt, dass eine vollständige Autonomie der Arbeitsarrangements zu dem höchsten Maß an Arbeitsheimüberschreitung führt, sogar höher als im Fall vollständig unflexibler Zeitpläne. Einige der Gründe dafür sind die Arbeit zu unsozialen Stunden, um das Einkommen zu optimieren, Fristen einzuhalten, Kundenanforderungen zu erfüllen und im Allgemeinen die Herausforderungen der Balance zwischen persönlichem und beruflichem Leben zu bewältigen. Darüber hinaus umfasst die Zeit von Frauen keine klaren Grenzen zwischen Freizeit und unbezahlter Care-Arbeit; sie ist geprägt von Phänomenen wie Kontamination (Freizeit in Anwesenheit von Kindern verbracht) und Fragmentierung (Unterbrechung der Freizeit, um sich um Kinder zu kümmern) (Europäisches Parlament, 2016).

## **Digitale Fähigkeiten und Zugang zu IKT**

In den letzten Jahrzehnten haben technologische Fortschritte die Art und Weise, wie Unternehmen weltweit agieren, transformiert, wobei digitale Technologien für Unternehmerinnen und Unternehmer zunehmend wichtig werden. Trotz der vielen Vorteile dieser Fortschritte stehen Unternehmerinnen nach wie vor vor mehreren Herausforderungen im Bereich digitaler Fähigkeiten und IKT. Diese Herausforderungen umfassen den Mangel an Zugang zur Technologie, begrenzte digitale Kompetenz, Geschlechtervorurteile und soziale Normen; dies stellt eine der Hauptbarrieren dar, mit denen angehende Unternehmerinnen bei der Gründung und Führung von Online-Unternehmen konfrontiert sind. Infolgedessen wird die Verbesserung der digitalen Fähigkeiten von Frauen und der allgemeine Zugang zur IKT-Infrastruktur als eine Schlüsselpriorität für politische Entscheidungsträger angesehen, mit dem ultimativen Ziel, weibliche Unternehmerinnen zu stärken und damit das globale Wirtschaftswachstum anzukurbeln (Gaitan G., 2018).

Der Bericht des United Nations High-Level Panel on Women's Economic Empowerment (2017) hebt hervor, dass Mobiltelefone und Online-Plattformen bereits für von Frauen geführte MSMEs von Vorteil waren, indem sie sie mit Märkten verbanden, Schulungen anboten und ihre kollektive Aktion erleichterten. Gaitan (2018) verweist jedoch auch auf Studien, die gezeigt haben, dass es eine Kluft in der weiblichen Konnektivität gibt, da immer noch 1,7 Milliarden Frauen in Ländern mit niedrigem und mittlerem Einkommen keine Mobiltelefone besitzen (Santosham et al., 2015).

Daten, die von International Telecommunication Union (ITU) gesammelt wurden, zeigen, dass Frauen und Mädchen in der Minderheit unter den geschätzten 2,7 Milliarden Internetnutzern weltweit sind. Im Jahr 2022 nutzten weltweit 62 % der Männer das Internet, verglichen mit 57 % der Frauen. Diese Geschlechterkluft wird in den am wenigsten entwickelten Ländern (LDCs) deutlicher, wo im Jahr 2020 nur 19 % der Frauen das Internet nutzten, verglichen mit 86 % in den entwickelten Ländern (im Jahr 2019). Frauen in Entwicklungsländern, die das Internet nutzen, sind 30 % bis 50 % weniger wahrscheinlich als Männer, Online-Tools zu nutzen, um ihr Einkommen zu steigern oder am öffentlichen Leben teilzunehmen (World Wide Web Foundation, 2015). Der niedrige Internetzugang, sei es aus finanziellen Gründen oder aufgrund des Mangels an grundlegender Infrastruktur in einigen geografischen Gebieten, bleibt eine der größten Barrieren für Frauen in den am wenigsten entwickelten Ländern.

Das Problem infrastruktureller Mängel ist in entwickelten Ländern nicht so verbreitet. In der EU nutzten laut dem Frauen im Digitalen Scoreboard der Europäischen Kommission (2021) im Jahr 2020 85 % der Frauen regelmäßig das Internet, verglichen mit 87 % der Männer. Die Indikatoren für digitale Fähigkeiten spiegeln jedoch relativ geringe digitale Kompetenzen wider: 54 % der befragten Frauen in der gesamten EU haben mindestens grundlegende digitale Fähigkeiten (im Vergleich zu 58 % der Männer), 29 % haben über grundlegende digitale Fähigkeiten (33 % der Männer) und 56 % haben mindestens grundlegende Softwarefähigkeiten (60 % der Männer) im Jahr 2019. Es besteht offensichtlich Bedarf an Bildung und Schulung in digitalen Fähigkeiten; im Hinblick auf die Führung eines Online-Geschäfts würde dies auf ein breites Spektrum von Kompetenzen von digitaler Grundbildung und Online-Sicherheit bis hin zu spezifischeren Fähigkeiten wie dem Umgang mit E-Commerce-Plattformen und -Werkzeugen, E-Zahlungen, digitalem Marketing usw. zurückzuführen sein.

Die zuvor genannte Umfrage war integraler Bestandteil der Strategie der Europäischen Kommission für Frauen im Digitalbereich, einem Rahmen, der 2018 eingeführt wurde und darauf abzielt, die Beteiligung von Frauen im digitalen Sektor zu fördern und ihre Vertretung in Führungspositionen in der Branche zu erhöhen. Die Strategie umfasst drei Schlüsselbereiche: die Förderung digitaler Fähigkeiten und Bildung, die Herausforderung digitaler Geschlechterstereotype und die Förderung von mehr Frauenunternehmertum, insbesondere in digitalen Branchen.

Die Stärkung von Unternehmerinnen in der Entwicklung digitaler Fähigkeiten ist entscheidend, um ihren Erfolg im E-Commerce zu fördern. Politische Entscheidungsträger spielen eine wichtige Rolle bei der Erreichung dieses Ziels, indem sie den Zugang zur digitalen Infrastruktur erhöhen, digitale Schulungen und Bildung bereitstellen, eine Umgebung der Zusammenarbeit fördern, digitales Unternehmertum unterstützen und kulturelle Barrieren angehen. Durch die Umsetzung dieser Maßnahmen können politische Entscheidungsträger dazu beitragen, das Spielfeld für Unternehmerinnen im E-Commerce auszugleichen, was letztendlich das wirtschaftliche Wachstum und die Entwicklung vorantreibt und gleichzeitig eine inklusivere und gerechtere Gesellschaft schafft.

## 2.1.3 FAZIT

Diese Literaturübersicht hat die Vorteile, Herausforderungen und Chancen hervorgehoben, die E-Commerce für Unternehmerinnen bieten kann. Obwohl sicherlich Herausforderungen zu bewältigen sind, hat E-Commerce das Potenzial, Unternehmerinnen eine größere Flexibilität, Zugang zu globalen Märkten und Möglichkeiten für soziales Unternehmertum zu bieten. Als solches ist es ein Bereich, der weitere Aufmerksamkeit und Unterstützung verdient, um eine größere Geschlechtergleichstellung und wirtschaftliche Stärkung von Frauen zu fördern.

---

## 2.2 ANALYSE DER ERGEBNISSE DER ONLINE-UMFRAGE

Das Konsortium führte eine Erhebungsstudie über den Bildungsbedarf von Unternehmerinnen durch, wobei ein selbst entwickelter Online-Fragebogen in englischer Sprache verwendet wurde, der in die lokalen Sprachen übersetzt wurde. Die Umfrage befasste sich mit den folgenden Themen:



1. Ermittlung der wichtigsten Herausforderungen für Unternehmerinnen in jedem Land
2. Ermittlung der Kompetenzen, die Unternehmerinnen bei Beginn und Ausbau eines Unternehmens für besonders wichtig halten
3. Ermittlung der Kompetenzen, an denen es den Unternehmerinnen derzeit mangelt.

Die umfassenden Daten, die über weibliche Unternehmerinnen aus Litauen, Österreich, Frankreich, der Türkei, Kroatien, Rumänien und Italien in verschiedenen Branchen gesammelt wurden, zeigen eine Landschaft motivierter Frauen, die sich mit vielfältigen unternehmerischen Herausforderungen auseinandersetzen. Die meisten Befragten, im Alter von 25 bis 64 Jahren, mit Ausbildungshintergründen von der Sekundarstufe bis zum Doktorat, haben sich in Branchen wie Werbung, Marketing, Lebensmittel und Getränke sowie in Nischenbereichen wie Versicherungen und Pharmazie gewagt. Diese Unternehmerinnen streben in erster Linie nach Unternehmenseigentum für Autonomie und Leidenschaft für ihre Fachgebiete, wobei ihre Motivationen tief in persönlicher Erfüllung und Unabhängigkeit von traditioneller Beschäftigung verwurzelt sind.

Hauptprobleme sind die Sicherung finanzieller Ressourcen, die Navigation durch komplexe Unternehmensgesetze und -vorschriften sowie die effektive Steuerung des Unternehmenswachstums. Trotz dieser Hürden zeigen die Frauen eine starke Neigung zur Innovation und Expansion und zielen darauf ab, die Rentabilität signifikant zu steigern und ihr Produkt- oder Dienstleistungsangebot innerhalb der nächsten drei Jahre zu diversifizieren.

---

Die vorhandenen unternehmerischen Unterstützungssysteme scheinen jedoch unzureichend zu sein, insbesondere hinsichtlich der Bereitstellung zugänglicher finanzieller Ressourcen sowie effektiver Mentoring- und Netzwerkmöglichkeiten. Die Befragten nennen häufig den Mangel an maßgeschneiderter Schulung und Unterstützung für wichtige Fähigkeiten wie digitales Marketing, strategische Planung und Finanzmanagement als bedeutende Hindernisse für ihren Erfolg.

In Bezug auf Fähigkeiten gibt es zwar eine solide Grundlage in zwischenmenschlichen und Networking-Fähigkeiten, es besteht jedoch ein spürbarer Bedarf an fortgeschrittenen betrieblichen und strategischen Kompetenzen, um ihre Geschäftsunternehmen besser zu managen und zu erweitern. Finanzielle Grundkenntnisse und ein tieferes Verständnis des digitalen Marktes, der Cybersicherheit und der Logistik werden ebenfalls als Bereiche genannt, die verbessert werden müssen.

Die unternehmerischen Ziele, die von diesen Frauen formuliert werden, spiegeln einen robusten Ehrgeiz wider, ihre Aktivitäten nicht nur lokal, sondern auch international auszubauen. Die Verwirklichung dieser Ziele hängt jedoch davon ab, das gegenwärtige unternehmerische Ökosystem zu verbessern, um eine umfassendere Unterstützung in Bezug auf Bildung, Finanzierung und Netzwerkmöglichkeiten zu bieten.

Diese Analyse unterstreicht die Notwendigkeit eines strukturierteren und unterstützenderen Umfelds, das die Wachstumsambitionen weiblicher Unternehmerinnen fördern kann. Empfohlene Maßnahmen umfassen Bildungsprogramme, die auf die Bedürfnisse von Unternehmerinnen zugeschnitten sind, die Ausweitung von Networking- und Mentoring-Möglichkeiten sowie Reformen in den Finanzierungsstrukturen, um sie für Frauen in der Unternehmerwelt zugänglicher und vorteilhafter zu gestalten. Diese Schritte würden nicht nur die unmittelbaren Herausforderungen angehen, sondern auch die langfristige Nachhaltigkeit und Expansion von Unternehmen unter weiblicher Führung unterstützen.



Unternehmerinnen sehen sich oft mit besonderen Herausforderungen konfrontiert, die ihren Fortschritt oder die Gründung ihrer eigenen Unternehmen behindern können. Die mentale Belastung, sowohl berufliche als auch persönliche Verantwortlichkeiten zu bewältigen, kann erheblich sein, da sie häufig bestrebt sind, eine Work-Life-Balance aufrechtzuerhalten, während sie gleichzeitig ihr Unternehmen aufbauen und erhalten wollen. Die Sicherung ausreichender Finanzierung ist ein hartnäckiges Problem, wobei Frauen manchmal einer größeren Überprüfung durch Investoren ausgesetzt sind und weniger Zugang zu Kapital haben. Diese finanzielle Hürde kann sich nicht nur auf den Start, sondern auch auf das Wachstum und die langfristige Lebensfähigkeit ihrer Unternehmen auswirken. Die Entwicklung der erforderlichen Kompetenzen und des Selbstvertrauens kann ebenfalls eine Hürde darstellen. Frauen könnten Selbstzweifel oder ein Mangel an Selbstvertrauen erleben, was ihre Bereitschaft, Risiken einzugehen oder ihre Präsenz in wettbewerbsintensiven Märkten zu behaupten, beeinträchtigen kann. Zusätzlich kann die gesellschaftliche Erwartung, dass Frauen multitaskingfähig sein sollen, zu Burnout führen und sich auf ihre Fähigkeit zur Geschäftsentwicklung auswirken.

Die Suche nach einem Rhythmus, der den Anforderungen ihres Geschäfts- und Privatlebens gerecht wird, ist entscheidend, aber herausfordernd. Der Druck, in beiden Bereichen gut abzuschneiden, kann zu Stress führen und ihre berufliche Leistungsfähigkeit beeinträchtigen. Diese Probleme unterstreichen die Notwendigkeit gezielter Unterstützung und Ressourcen, die die spezifischen Herausforderungen von Unternehmerinnen adressieren und ihnen helfen, erfolgreiche Unternehmen aufzubauen, zu wachsen und zu erhalten, während sie gleichzeitig persönliche Erfüllung erreichen.

Um die Anzahl und Erfolgsquote von Unternehmerinnen zu stärken, besteht die Notwendigkeit, sich auf die Entwicklung von Schlüsselkompetenzen und -fähigkeiten zu konzentrieren und relevante Schulungen anzubieten. Finanzielle Bildung ist unerlässlich, einschließlich des Verständnisses für Finanzmanagement, Budgetierung und Finanzierungsmöglichkeiten. Dieses Wissen unterstützt eine bessere finanzielle Entscheidungsfindung und die Sicherung von Investitionen. Effektive Geschäftsplanung und Strategieformulierung sind entscheidende Fähigkeiten, die durch gezielte Schulungen geschärft werden können, um Frauen dabei zu helfen, robuste Geschäftsmodelle und Marketingpläne zu erstellen. Die Beherrschung von Social Media und digitalem Marketing kann ebenfalls ein Game Changer sein, der es Frauen ermöglicht, die Sichtbarkeit ihrer Marke zu erhöhen und kosteneffizient mit Kund/-innen zu interagieren. Administratives und juristisches Wissen ist unerlässlich, um die Einhaltung von Vorschriften sicherzustellen und die Rechte und Pflichten des Unternehmertums zu verstehen. Eine solide Grundlage in rechtlichen und finanziellen Angelegenheiten schützt das Unternehmen und hilft bei der Entwicklung der Unternehmensstrategie. Soft Skills wie Zeitmanagement, Stressbewältigung und Selbstvertrauen sind ebenfalls wichtig. Schulungen in diesen Bereichen können Unternehmerinnen befähigen, ihre Arbeitsbelastung effizient zu bewältigen, die Motivation aufrechtzuerhalten und mit den Anforderungen des Unternehmertums umzugehen. Networking-Fähigkeiten unterstützen den Aufbau von Verbindungen und die Gewinnung von Kunden, während Coaching eine individuelle Anleitung zur Bewältigung spezifischer Herausforderungen bieten kann. Die Betonung von Nachhaltigkeit und Interdependenzen kann zu widerstandsfähigeren und anpassungsfähigeren Geschäftsstrategien führen.

Bei der Identifizierung der Bedürfnisse nach Lehr- und Ausbildungsmethoden für Unternehmerinnen werden zunehmend hybride und Online-Modelle bevorzugt, die Online- und Präsenzlernen kombinieren. Dieser Ansatz ermöglicht eine Mischung aus asynchronem (selbstgesteuertem) und synchronem (Echtzeit-) Lernen, was Flexibilität und die Möglichkeit bietet, nach eigenem Zeitplan zu arbeiten, was den unterschiedlichen Anforderungen des Lebens eher förderlich ist. Hybride Methoden kommen den betrieblichen Managementanforderungen entgegen, da sie die Unabhängigkeit und Zeitmanagementfähigkeiten ermöglichen, die für Unternehmerinnen unerlässlich sind. Das Online-Training bietet die Flexibilität, Fähigkeiten ohne die Einschränkungen traditioneller Unterrichtspläne zu erlernen und zu entwickeln, während persönliche Networking-Veranstaltungen wertvollen menschlichen Kontakt und echte Verbindungen erleichtern. Der wesentliche Vorteil des hybriden Trainings liegt in seiner Flexibilität. Es bietet die Freiheit, den Ort und die Zeit des Lernens zu wählen, was insbesondere für diejenigen, die Unternehmertum mit persönlichen Verantwortlichkeiten in Einklang bringen, von Vorteil sein kann. Hybride Modelle passen sich auch an die Lebensumstände an und bieten einen persönlicheren organisatorischen Ansatz. Diese Flexibilität erstreckt sich auch auf das Networking, das die Vermischung von Online-Interaktionen mit persönlichen Treffen ermöglicht und so ein dynamischeres und reichhaltigeres Lernumfeld schafft. Das hybride Modell respektiert individuelle Lernpräferenzen und Lebensstile und ist damit eine effektive Form der Bildung für angehende und aktuelle Unternehmerinnen.

Die Befragten betonten die Bedeutung von Vielfalt im Mentoring und betonten, dass das Konzept des Mentorings heutzutage über traditionelle Formen hinaus erweitert wird. Angesichts der zeitgenössischen Herausforderungen der Geschäftswelt äußerten die Befragten sich zum Einfluss der Technologie darauf, wie Frauen Geschäftsnetzwerke aufbauen und pflegen.



### **3. MASSGESCHNEIDERTER STUDIENPLAN FÜR UNTERNEHMERINNEN IM E-COMMERCE**

In diesem Kapitel werden die allgemeinen Merkmale des maßgeschneiderten Studienplans für Unternehmerinnen im E-Commerce beschrieben. Der Studienplan ist als eine Reihe von Lernergebnissen (unterteilt in Wissen, Fähigkeiten und Kompetenzen) konzipiert, die das Profil einer Unternehmerin im E-Commerce charakterisieren.

Die Lernergebnisse des EQR sind definiert als Aussagen darüber, was ein Lernender weiß, versteht und in der Lage ist zu tun, nachdem ein Lernprozess abgeschlossen wurde. Lernergebnisse werden daher in Form von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen definiert, die wie folgt zu verstehen sind:

- "Kenntnisse sind das Ergebnis der Aneignung von Informationen durch Lernen. Kenntnisse sind die Gesamtheit der Fakten, Grundsätze, Theorien und Praktiken in Bezug auf einen Arbeits- oder Studienbereich. Im Kontext des Europäischen Qualifikationsrahmens werden Kenntnisse als theoretisch und/oder faktisch beschrieben."
- "Fähigkeiten sind die Fähigkeit, Wissen anzuwenden und Know-how zu nutzen, um Aufgaben zu erledigen und Probleme zu lösen. Im Zusammenhang mit dem Europäischen Qualifikationsrahmen werden Fähigkeiten als kognitive oder praktische Fähigkeiten bezeichnet."
- "Kompetenz ist die nachgewiesene Fähigkeit, Kenntnisse, Fähigkeiten und persönliche, soziale und methodische Fertigkeiten in Arbeits- oder Lernsituationen und in der beruflichen und/oder persönlichen Entwicklung zu nutzen. Im Kontext des Europäischen Qualifikationsrahmens wird Kompetenz im Sinne von Verantwortung und Selbstständigkeit beschrieben."

## 3.1. ALLGEMEINE INFORMATIONEN ÜBER DAS PROGRAMM

Der entwickelte Studienplan enthält alle relevanten Informationen für die Erstellung und Durchführung einer angemessenen Ausbildung, die an die spezifischen Bedürfnisse von Unternehmerinnen im E-Commerce angepasst ist: die Dauer des Programms, die Kompetenzen, die die Lernenden in diesem Projekt erwerben werden, die Module, die Themen der Module, der Inhalt, die Lernergebnisse, der Arbeitsaufwand für jedes Thema, die Lehrmethoden, die Bereitstellung des VLE und die Literatur.

Der Studienplan wurde nach dem Standardverfahren entwickelt, das die folgenden Phasen (Aktivitäten) umfasst:

### Phase I – Planung

- Identifizierung des Bedarfs.

### Phase II – Inhalt und Methoden

- Definition von Lernzielen und Lernergebnissen,
- Auswählen und Organisieren von Inhalten,
- Gestaltung von Lehrmethoden.

### Phase III – Umsetzung

- Erstellung von Studienplänen.

### Phase IV – Bewertung und

#### Berichterstattung

- Ausarbeitung von Bewertungsstrategien,
- Berichterstattung und Sicherung von Ressourcen.

---

Im Studienplan werden die Themenbereiche vorgestellt und definiert, die eigenständige und in sich kohärente Säulen darstellen. Jede dieser Säulen umfasst miteinander verknüpfte Elemente der Kenntnisse, der Fähigkeiten und der Kompetenzen, die sich auf ein zentrales Fachgebiet für eine Trainerin/einen Trainer mit einem solchen Profil beziehen. Sie sind wie folgt gegliedert:

1. Einführung in den E-Commerce
2. Finanzverwaltung
3. Operatives Management
4. Rechtlicher Rahmen für jeden Partnerstaat und europäischer rechtlicher Rahmen
5. Digitale Fähigkeiten
6. Soft Skills

**Die Dauer des Programms beträgt 61 Stunden (39 Stunden Theorie und 22 Stunden Praxis).**





## 3.2. BILDUNGSMODULE

Die Lernziele und Lernergebnisse der oben definierten Module werden in den folgenden Abschnitten näher erläutert. Ein Überblick über das Programm ist in der nachstehenden Tabelle enthalten.

### 3.2.1. EINFÜHRUNG IN DEN E-COMMERCE

Einführung in den E-Commerce soll ein grundlegendes Verständnis der wichtigsten Konzepte und Elemente des E-Commerces vermitteln. Es enthält Unterthemen wie die Definition und den Umfang des E-Commerce-Geschäfts, die historische Entwicklung des E-Commerce, Arten des E-Commerce (z. B. B2B und B2C) und einen Überblick über E-Commerce-Geschäftsmodelle.

Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage:

- eine klare und präzise Definition des E-Commerce zu geben, sowie das grundlegende Konzept und die Tragweite von E-Commerce zu verstehen.
- die historische Entwicklung des E-Commerce zu verstehen und die wichtigsten Meilensteine in seiner Entwicklung zu erkennen.
- zwischen verschiedenen Arten von E-Commerce-Modellen, nämlich Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C) und Consumer-to-Consumer (C2C) zu unterscheiden.
- neu entstehende Modelle des E-Commerces wie Consumer-to-Business (C2B) und Direct-to-Consumer (D2C) zu beschreiben.



**Tabelle 1. Modul 1: Einführung in den E-Commerce**

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS AUFWAND
<b>Wichtigste Terminologie und Definitionen</b>  <b>(Arten von E-Commerce Modellen, Plattformen and Tools, Digital Marketing, Cybersecurity)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen der grundlegenden Konzepte und Prinzipien des E-Commerces, einschließlich elektronischer Transaktionen, Online-Marktplätze und digitaler Zahlungssysteme.</li> <li>• Untersuchung von Schlüsselbegriffen im Zusammenhang mit digitalen Marketingstrategien, Online-Werbung und Datenschutz im Kontext des E-Commerce.</li> <li>• Einführung wichtiger Begriffe zu Cybersecurity-Bedrohungen, Datenschutzverletzungen und Vorschriften wie der GDPR (General Data Protection Regulation).</li> <li>• Erkundung der Terminologie im Zusammenhang mit E-Commerce-Plattformen, einschließlich E-Commerce-Software, Gestaltung von Webseiten und Verwaltung von Online-Shops.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerb eines umfassenden Verständnisses der wichtigsten Begriffe und Definitionen im Bereich des E-Commerce.</li> <li>• Sich mit der Terminologie für Marketing und Werbung im Zusammenhang mit dem E-Commerce vertraut machen, um wirksame Online-Marketingkampagnen zu erstellen.</li> <li>• Verstehen der Terminologie der Cybersicherheit und des Datenschutzes, um Online-Unternehmen und Kundendaten besser zu schützen.</li> <li>• Die Terminologie der Plattformen für den E-Commerce kennenlernen und die richtigen Tools für ihre Online-Aktivitäten auswählen und optimieren können.</li> </ul>	9 Semester- wochenstunden

## Literatur und andere Informationsquellen

1. E-Commerce: History, Meaning, Objectives, Features, Types, Need, Business Application, Channels and Other Details (Last retrieved in April 2024) <https://www.economicdiscussion.net/business/e-commerce/31868>
2. E-Commerce Business Models: Types and Examples (Retrieved in April 2024) <https://www.shopify.com/blog/business-model>
3. Aithal, P. S., A Review on Various E-Business and M-Business Models & Research Opportunities (January 10, 2016). International Journal of Management, IT and Engineering, Volume 6, Issue 1, pp. 275-298, January 2016, Retrieved in January 2024 from [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2779175](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2779175)
4. What is GDPR, the EU's new data protection law? (EU, last retrieved in April 2024) <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
5. What Is Digital Marketing? Types, Strategies & Best Practices (Forbes Advisor, 2024. Retrieved in March 2024) <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-digital-marketing/>
6. ECommerce Security - what it means, common threats, and modern best practices (Adobe, 2022. Last retrieved in April 2024) <https://business.adobe.com/blog/basics/learn-about-ecommerce-security>

## 3.2.2. FINANZVERWALTUNG

Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage:

- Finanzanalysen durchzuführen;
- Haushaltsplänen zu erstellen, Finanzprognosen zu entwickeln und die finanzielle Leistung anhand von Zielvorgaben zu überwachen;
- finanzielle Risiken zu ermitteln, zu bewerten und abzumildern
- Sicherheitsbedrohungen und -grundsätze im E-Commerce zu verstehen

**Tabelle 2. Modul 2: Finanzverwaltung**

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS AUFWAND
<b>Budgetierung (Finanzplanung)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Überblick über das Konzept der Budgetierung, seine Bedeutung im Finanzmanagement und seine Rolle in der strategischen Planung.</li> <li>• Erkundung der verschiedenen Budgetarten und ihrer unterschiedlichen Zwecke innerhalb einer Organisation.</li> <li>• Techniken für Finanzprognosen, einschließlich Trendanalyse und Szenarienplanung, um genaue Haushaltsprognosen zu erstellen.</li> <li>• Strategien zur effektiven Überwachung von Budgets, zur Ermittlung von Abweichungen und zur Umsetzung von Korrekturmaßnahmen, um sicherzustellen, dass die finanziellen Ziele erreicht werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung umfassender, auf die spezifischen Bedürfnisse und Ziele zugeschnittener Budgets</li> <li>• Analyse von Haushaltsdaten, Ermittlung von Abweichungen und Treffen fundierter Entscheidungen zur wirksamen Verwaltung von Ressourcen</li> <li>• klare und überzeugende Vermittlung von Haushaltsinformationen an verschiedene Interessengruppen, Förderung des Verständnisses und der Unterstützung für Finanzpläne</li> <li>• Verständnis der Bedeutung ethischer Überlegungen bei der Budgetierung und Einhaltung ethischer Standards bei der Finanzplanung.</li> </ul>	3 Semesterwochenstunden

<p><b>Sicherheit im E-Commerce</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Überblick über die Bedeutung der Sicherheit im E-Commerce, wobei die mit Online-Transaktionen verbundenen Risiken und Bedrohungen hervorgehoben werden.</li> <li>• Erforschung der grundlegenden Konzepte der Cybersicherheit, einschließlich Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit.</li> <li>• Untersuchung gängiger Sicherheitsbedrohungen im E-Commerce, wie Phishing, SQL-Injection und DDoS-Angriffe, sowie Strategien zur Abschwächung dieser Risiken.</li> <li>• Sicherung von Webseiten und Plattformen für den E-Commerce, einschließlich Sicherheit von Webanwendungen, sichere Kodierungsverfahren und Serversicherheit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis der Grundsätze der Sicherheit im E-Commerce, der Bedrohungen und der bewährten Praktiken.</li> <li>• Die Fähigkeit, laufende Sicherheitsüberwachungs- und -prüfungsprozesse einzurichten, um die Integrität des E-Commerces aufrechtzuerhalten.</li> <li>• Auf Sicherheitsvorfälle vorbereitet sein und darauf wirksam zu reagieren, potenzielle Schäden zu minimieren und die Geschäftskontinuität zu gewährleisten.</li> </ul>	<p>3 Semester- wochenstunden</p>
<p><b>Online-Zahlungen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine Erkundung verschiedener Online-Zahlungsmethoden.</li> <li>• Untersuchung von Zahlungsgateway-Technologien und ihrer Rolle bei der sicheren Übermittlung von Zahlungen</li> <li>• Strategien zur Aufdeckung und Verhinderung von Zahlungsbetrug.</li> <li>• Einblicke in die Komplexität des internationalen Online-Zahlungsverkehrs, einschließlich Währungsumrechnung, Wechselkurse und Einhaltung grenzüberschreitender Vorschriften.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassendes Verständnis der verschiedenen Online-Zahlungsmethoden und ihrer jeweiligen Vorteile und Einschränkungen.</li> <li>• Kenntnis der rechtlichen und regulatorischen Aspekte im Zusammenhang mit Online-Zahlungen, Gewährleistung der Einhaltung der einschlägigen Gesetze.</li> <li>• Fähigkeit, grenzüberschreitende Zahlungen abzuwickeln und sich in der Komplexität internationaler Online-Transaktionen zurechtzufinden.</li> </ul>	<p>3 Semester- wochenstunden</p>

## Literatur und andere Informationsquellen

1. [https://www.ibm.com/easytools/runtime/hspx/prod/public/X0029/PortalX/filedocid/196f4f7ebe214d6ca6e228bcd1de67b0/lpotesidiadozionedellatecnologiablockchaininambitofinanziario\\_110520.pdf](https://www.ibm.com/easytools/runtime/hspx/prod/public/X0029/PortalX/filedocid/196f4f7ebe214d6ca6e228bcd1de67b0/lpotesidiadozionedellatecnologiablockchaininambitofinanziario_110520.pdf)
2. <https://www.fsb.org/2023/10/g20-roadmap-for-enhancing-cross-border-payments-consolidated-progress-report-for-2023/>
3. [https://www.bancaditalia.it/compiti/sispaga-mercati/comitato-pagamenti-italia/White\\_Paper\\_on\\_retail\\_payments\\_in\\_Europe\\_for\\_the\\_near\\_future\\_ITA.pdf](https://www.bancaditalia.it/compiti/sispaga-mercati/comitato-pagamenti-italia/White_Paper_on_retail_payments_in_Europe_for_the_near_future_ITA.pdf)
4. <https://www.eurocommerce.eu/european-e-commerce-report-2022/>
5. [https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/Quaderno%20Sistemi%20di%20Pagamento%20Online\\_2.pdf](https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/Quaderno%20Sistemi%20di%20Pagamento%20Online_2.pdf)
6. [https://www.to.camcom.it/sites/default/files/regolazione-mercato/Guida\\_Pagamenti\\_Acquisti\\_online.pdf](https://www.to.camcom.it/sites/default/files/regolazione-mercato/Guida_Pagamenti_Acquisti_online.pdf)
7. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099835005172241731/pdf/P1647700357cb70d0091540306afb7ccd8b.pdf>
8. [https://www.ecb.europa.eu/paym/digital\\_euro/investigation/profuse/shared/files/dedocs/ecb.dedocs220330\\_report.en.pdf](https://www.ecb.europa.eu/paym/digital_euro/investigation/profuse/shared/files/dedocs/ecb.dedocs220330_report.en.pdf)
9. Burhan Ul Islam Khan, A Compendious Study of Online Payment Systems: Past Developments, Present Impact, and Future Considerations  
DOI:10.14569/IJACSA.2017.080532
10. Fioriglio, G. - Commercio elettronico e sviluppo territoriale. Profili informatico-giuridici / Fioriglio, G. - (2011), pp. 143-180.
11. Kyaw Zay Oo, "Design and Implementation of Electronic Payment Gateway for Secure Online Payment System" Published in International Journal of Trend in Scientific Research and Development (ijtsrd), ISSN: 2456- 6470, Volume-3 | Issue-5, August 2019, pp.1329-1334, <https://doi.org/10.31142/ijtsrd26635>
12. Panetta, I.C. - Leo, S., Mobile payment industry. Caratteristiche operative e modelli di business, Franco Angeli, 2017
13. Supriyati, S. - Nurfiqo, E., Effectiveness of Payment Gateway in E-Commerce, EAI, 2019, <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.18-7-2019.2287932>

### 3.2.3. OPERATIVES MANAGEMENT

---

Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage:

- die Grundsätze des Qualitätsmanagements zu verstehen;
- Bestandsstrategien zu kontrollieren, Überbestände zu minimieren und Verfügbarkeit von Produkten bei Bedarf sicherzustellen;
- die Koordinierung mit Lieferanten und Händlern zur Verbesserung der Logistik durchzuführen;
- Leistungskennzahlen (KPIs) zu verstehen;
- ökologische und soziale Faktoren bei der Arbeit zu berücksichtigen.



**Tabelle 3. Modul 3: Operatives Management**

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS AUFWAND
<b>Herstellung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Überblick über die Herstellungsprozesse;</li> <li>• Strategien für die Planung und Kontrolle von Fertigungsprozessen;</li> <li>• Berücksichtigung der Integration der Lieferkette in der Fertigung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassendes Verständnis von Fertigungsprozessen, -systemen und -prinzipien;</li> <li>• Effiziente Planung und Verwaltung von Produktionsabläufen;</li> <li>• Ökologische Nachhaltigkeit in der Produktion</li> </ul>	3 Semesterwochenstunden
<b>Versand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die Versandarten</li> <li>• Berücksichtigung von Lagerhaltungs- und Vertriebsstrategien, Bestandsmanagement und Auftragsabwicklung im Zusammenhang mit dem Versand.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis der Grundlagen der Schifffahrtsbranche, einschließlich Transportarten, Vorschriften und Logistik</li> </ul>	2 Semesterwochenstunden
<b>Logistik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einblicke in logistische Abläufe, Lieferkettenmanagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fähigkeiten im Bereich Logistik und Lieferkettenmanagement, die zu einem effizienten Frachtverkehr und zur Integration der Lieferkette beitragen.</li> </ul>	3 Semesterwochenstunden
<b>Kontrolle der Bestände</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in verschiedene Bestandsverwaltungssysteme</li> <li>• Verstehen der Kosten, die mit der Vorratshaltung verbunden sind, einschließlich der Kosten für Lagerhaltung, Bestellkosten und Fehlmengen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse über Bestandsarten, Kosten und Bewertungsmethoden</li> <li>• Verstehen und Anwenden von Bestandsmetriken und KPIs zur Bewertung und Verbesserung der Bestandsleistung.</li> </ul>	2 Semesterwochenstunden
<b>Einkaufen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Psychologie und das Verhalten von Online-Konsumenten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermittlung der wichtigsten demografischen und psychografischen Merkmale Ihrer Zielgruppe</li> </ul>	2 Semesterwochenstunden



THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS AUFWAND
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse der Motivationen, der Phasen des Kaufprozesses und der häufigsten Schmerzpunkte.</li> <li>• Wesentliche Elemente eines benutzerfreundlichen und visuell ansprechenden E-Commerce-Shops.</li> <li>• Verständnis für die Bedeutung des Aufbaus einer starken Markenidentität in der E-Commerce-Landschaft.</li> <li>• Erforschung von Strategien zur Schaffung einer einzigartigen Markenstimme und zum Aufbau von Markenvertrauen.</li> <li>• Verschiedene Versandoptionen, Erfüllungsstrategien und Rückgaberichtlinien. Verstehen der Auswirkungen dieser Faktoren auf die Kundenzufriedenheit.</li> <li>• Bewährte Verfahren für die Bereitstellung eines außergewöhnlichen Kundendienstes i</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensoptimierung für mobile Geräte, um dem wachsenden M-Commerce-Trend gerecht zu werden.</li> <li>• Wirksame Kommunikationsstrategien für die Online-Interaktion mit Kund/innen entwickeln.</li> <li>• Ein reaktionsschnelles Kundensupportsystem zu implementieren, um Anfragen umgehend zu beantworten.</li> <li>• Kundenfeedback analysieren und zur Verbesserung der E-Commerce-Aktivitäten zu nutzen.</li> </ul>	

## Literatur und andere Informationsquellen

1. [How to Fix Broken Supply Chains](#)
2. [Minimise the distance between you & supply chain](#)
3. [Operations Management 2e Student Resources](#)
4. [Free course - Introduction to operations management](#)
5. [Article - Main functions of operation management](#)
6. [Reading - Introduction to Operations Management](#)

### 3.2.4. RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage:

- die für ihr Unternehmen am besten geeignete Rechtsform zu wählen;
- Verträge, Vereinbarungen und Rechtsdokumente im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit zu verfassen, zu prüfen und auszuhandeln;
- branchenspezifische Vorschriften und Compliance-Standards zu indentifizieren und einzuhalten ;
- Kenntnis der Datenschutzgesetze und -vorschriften zu haben;
- Für international tätige Unternehmen mit grenzüberschreitenden Rechtsfragen, einschließlich internationalem Handel, Zoll und Gerichtsbarkeit, vertraut zu sein.

**Table 4. Module 4: Rechtlicher Rahmen**

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS AUFWAND
<b>Nationaler Rechtsrahmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Überblick über die verschiedenen Arten von Unternehmen, die vom nationalen Rechtssystem anerkannt werden</li> <li>• Verständnis und Einhaltung nationaler und lokaler Vorschriften, einschließlich branchenspezifischer Anforderungen und Genehmigungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgeprägtes Verständnis des nationalen Rechtsrahmens für die Unternehmensführung in dem jeweiligen Land oder der jeweiligen Rechtsordnung</li> <li>• Fähigkeit, steuerliche Pflichten zu erfüllen, einschließlich der Kenntnis von Steuergesetzen, Einreichungsvorschriften und Steuerplanungsstrategien</li> </ul>	4 Semesterwochenstunden
<b>Europäisches Rechtsgefüge</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Überblick über den von der Europäischen Union geschaffenen Rechtsrahmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andere Finanzierungsquellen in der EU kennen</li> <li>• Die Vor- und Nachteile der Beteiligung an EU-Projekten unterscheiden können</li> </ul>	5 Semesterwochenstunden

## Literatur und andere Informationsquellen

### *Information on resources, guides, and EU institutions*

Entrepreneurs do not need to navigate the legal landscape alone. Several resources and institutions are dedicated to supporting businesses:

- EU business support: [European Commission – Business Support](#)
- Enterprise Europe Network (EEN): [EEN](#) offers tailored advice, market research, and matchmaking services for businesses looking to expand within the EU and beyond.
- National Business Support Agencies: Each EU member state has its own agencies that provide guidance and support to local businesses. These agencies can offer insights into national regulations and procedures. Check with your specific country's business support agency.
- Chambers of Commerce: Local chambers of commerce often provide resources and services to businesses, including assistance with export-import procedures, business development, and legal compliance.

### *Recommendations for legal consultation and advisory services*

Legal consultation is essential for entrepreneurs to ensure compliance and mitigate risks. Here are some recommendations:

- Hire a local legal advisor: Seek a local legal advisor with expertise in EU and national laws. Consider reaching out to local bar associations or law firms.
- Legal consultation firms: Explore legal firms specializing in business law, EU regulations, and international trade.
- Legal-tech platforms: Utilize legal-tech platforms that provide cost-effective legal solutions, such as [LegalZoom](#) and [Rocket Lawyer](#).
- Chambers of Commerce and business associations: These organizations often have legal departments or partnerships that can offer guidance to their members.

## Literatur und andere Informationsquellen

### *Relevant websites and platforms for accessing legal information*

Entrepreneurs can access legal information through various online platforms:

- EUROPA – Business: The EU's official website provides information on EU regulations, funding opportunities, and practical guides for entrepreneurs.
- European e-Justice Portal: This portal offers information on legal systems across the EU, facilitating cross-border legal transactions and dispute resolution.  
European e-Justice Portal
- National business portal: Each EU member state typically has an official business portal with information on local regulations, taxes, and compliance requirements. Search for your country's specific business portal.
- Legal databases: Explore legal databases that provide access to EU legislation, case law, and legal texts, such as EUR-Lex.

Legal news and journals: Subscribe to legal news websites and journals that provide updates on changes in regulations and legal interpretations. Websites like Legal Week and Lexology are valuable sources.

### 3.2.5. DIGITALE FÄHIGKEITEN

Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage:

- über ein solides Verständnis grundlegender digitaler Konzepte zu verfügen, darunter Hardware, Software, Netzwerke und das Internet;
- die Bedrohungen der Cybersicherheit und bewährte Praktiken für die Online-Sicherheit, einschließlich Passwortverwaltung und Datenschutz, zu kennen;
- die Grundlagen des digitalen Marketings zu verstehen, einschließlich sozialer Medien, Content Marketing und Suchmaschinenoptimierung (SEO);
- mit digitalem Marketing vertraut zu sein und zu wissen, wie man soziale Plattformen für die Markenbildung und Werbung nutzt.

**Tabelle 5. Modul 5: Digitale Fähigkeiten**

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS-AUFWAND
<b>Einführung und Training von spezifischen digitalen Fähigkeiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine Einführung in die Bedeutung der digitalen Fähigkeiten in der heutigen Welt</li> <li>• Training in kollaborativen Tools und Plattformen,</li> <li>• Einführung in grundlegende Datenanalysetechniken unter Verwendung von Tabellenkalkulationsfunktionen und Datenvisualisierungstools.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegendes Verständnis der wichtigsten digitalen Konzepte und Terminologie</li> <li>• wissen, wie man digitale Informationen effizient organisiert und verwaltet</li> <li>• Verstehen der Grundlagen des digitalen Marketings und seiner Bedeutung in der digitalen Landschaft</li> </ul>	3 Semester- wochenstunden
<b>Grundlagen der ITC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Überblick über die Rolle der Informationstechnologie und Kommunikation</li> <li>• Verstehen der grundlegenden Komponenten eines Computers</li> <li>• Vertrautheit mit gängigen Betriebssystemen</li> <li>• Verständnis von Computernetzwerken</li> <li>• Erforschung der Internetgrundlagen, einschließlich Web-Browsing, Suchmaschinen, E-Mail und Online-Kommunikation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkennen und Verwenden grundlegender Computer-Hardwarekomponenten und Softwareanwendungen</li> <li>• Verstehen der Grundlagen von Netzwerken und ihrer Bedeutung für die Konnektivität</li> <li>• Geschickter Umgang mit internetbasierten Tools und Diensten für die Informationsbeschaffung und Online-Kommunikation.</li> </ul>	3 Semester- wochenstunden

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS- AUFWAND
<b>Digitales Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkundung verschiedener digitaler Marketingkanäle</li> <li>• Verstehen der Grundlagen von SEO</li> <li>• Eine Einführung in die PPC-Werbung</li> <li>• Strategien zur Nutzung sozialer Medienplattformen</li> <li>• Web-Analyse-Tools</li> <li>• Strategien zur Verbesserung der Gestaltung von Webseiten und Landing Pages zur Erhöhung der Konversionsraten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie haben ein solides Verständnis der Grundsätze und Strategien des digitalen Marketings</li> <li>• Beherrschung des wirksamen Einsatzes verschiedener digitaler Marketingkanäle zur Erreichung von Zielpublikationen</li> <li>• Wissen, wie man soziale Medienplattformen für Markenbildung, Engagement und Werbung nutzt</li> <li>• Erstellung und Verwaltung von PPC-Werbekampagnen zur Steigerung von Traffic und Conversions.</li> </ul>	3 Semester- wochenstunden
<b>Online-Plattformen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis von Content-Management-Systemen</li> <li>• Überblick über E-Commerce-Plattformen wie Shopify, WooCommerce und Magento zur Einrichtung und Verwaltung von Online-Shops.</li> <li>• Einführung in Plattformen für Crowdsourcing und Crowdfunding-Projekte</li> <li>• Verständnis von Video-Hosting- und Streaming-Plattformen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertraut sein mit einer Vielzahl von Online-Plattformen und -Tools</li> <li>• Wissen, wie man E-Commerce-Plattformen einrichtet und verwaltet</li> <li>• Kenntnisse über E-Mail-Marketing-Plattformen</li> </ul>	3 Semester- wochenstunden

## Literatur und andere Informationsquellen

### Introduction to Digital Skills

What Are Digital Skills & Why Are They Important?. Digital Skills Bootcamps | University of Nevada, Las Vegas. Retrieved: October 25, 2023, from <https://digitalskills.unlv.edu/digital-marketing/what-are-digital-skills/>

### Why Digital Skills Matter

<https://www.linkedin.com/pulse/what-digital-skills-why-important-rto-managing-director/>

### The Importance of IT in Communication

Role of Information Technology and Communication. Your Article Library. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.yourarticlelibrary.com/hrm/role-of-information-technology-and-communication/60303>

The Role of Information and Communication Technologies in an Integrated Career Information and Guidance System. OECD. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.oecd.org/education/research/2698249.pdf>



## Literatur und andere Informationsquellen

### Understanding the basic components of a computer

5 Most Important Components of a Computer < Tech Takes – HP.com Malaysia. October 6, 2022. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.hp.com/my-en/shop/tech-takes/post/most-important-computer-components>

### How Computer Networks Work

Understanding computer networks. Eaton. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.eaton.com/us/en-us/products/controls-drives-automation-sensors/software/understanding-computer-networks.html>

### Digital Marketing as key for E-Commerce

Deepak G. Importance of Digital Marketing for E-Commerce Business – Digital Catalyst. Digital Catalyst. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

### Mastering Visibility in E-Commerce through Digital Marketing

Deepak G. Importance of Digital Marketing for E-Commerce Business – Digital Catalyst. Digital Catalyst. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

Davidovich, V. (n.d.). *A Beginner's Guide to Video Hosting*. Lemons Animation Studio. Retrieved: October 25, 2023, from <https://lemons.studio/blog/a-beginners-guide-to-video-hosting>

### 3.2.6. SOFT SKILLS

Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage:

- positive Beziehungen zu Kolleg/-innen, Kund/-innen und Gleichgesinnten aufzubauen;
- Konflikte zu erkennen und konstruktiv anzugehen und Lösungen zu finden, die für alle Beteiligten von Vorteil sind;
- ihre Fähigkeiten zur Entscheidungsfindung, ihre emotionale Intelligenz, ihr kritisches Denken und ihre Selbstmotivation zu verbessern;
- Strategien zur Stressbewältigung und Aufrechterhaltung des Wohlbefindens in Situationen mit hohem Druck anzuwenden.

**Tabelle 6. Modul 6: Soft Skills**

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS-AUFWAND
Teamarbeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis der Teamdynamik</li> <li>• Lösung von Konflikten</li> <li>• Vertrauen aufbauen</li> <li>• Verstehen der Rolle der Führung innerhalb eines Teams und wie verschiedene Teammitglieder zu den Führungsaufgaben beitragen können</li> <li>• Methoden zur Entscheidungsfindung innerhalb des Teams, einschließlich Konsensbildung und Nutzung des individuellen Fachwissens</li> <li>• Strategien für die Planung und Durchführung produktiver Teambesprechungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lernen, in Teams zusammenzuarbeiten</li> <li>• Konflikte erkennen und konstruktiv angehen</li> <li>• Die Bedeutung von Vertrauen in der Teamdynamik zu verstehen und zum Aufbau von Vertrauen zwischen den Teammitgliedern beizutragen</li> <li>• Gemeinsam auf die Erreichung der Teamziele hinarbeiten</li> <li>• Die Grundsätze der Teamführung zu verstehen</li> </ul>	2 Semester- wochenstunden

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITS- AUFWAND
<b>Kommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Kommunikation</li> <li>• Verbale und nonverbale Kommunikation</li> <li>• Konstruktive Kritik</li> <li>• Schriftliche, zwischenmenschliche und interkulturelle Kommunikation</li> <li>• Rhetorische Fähigkeiten und Präsentationsfähigkeiten</li> <li>• Digitale Kommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lernen, wie wichtig nonverbale Signale wie Körpersprache, Mimik und Gestik für die Vermittlung von Botschaften sind</li> <li>• Geben und nehmen Sie konstruktiv Feedback und konstruktive Kritik an, was zu persönlichem und beruflichem Wachstum führt</li> <li>• Hervorragende schriftliche Kommunikationsfähigkeiten, Aufbau und Pflege positiver zwischenmenschlicher Beziehungen</li> <li>• Fesselnde und überzeugende Präsentationen halten</li> </ul>	2 Semester- wochenstunden
<b>Selbst- entwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen der eigenen Stärken, Schwächen, Werte und Ziele durch Selbstreflexion und Bewertung</li> <li>• Zeitmanagement</li> <li>• Motivation und positives Denken</li> <li>• Selbstfürsorge</li> <li>• Netzwerk und Beziehungsaufbau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Intelligenz entwickeln</li> <li>• Selbstfürsorge für körperliches und geistiges Wohlbefinden</li> <li>• Lernen Sie, wie Sie Ihre Zeit effizient verwalten und Ihre Aufgaben nach Prioritäten ordnen können.</li> </ul>	2 Semester- wochenstunden

THEMEN	INHALT	LERNERGEBNISSE	ARBEITSAUFWAND
<b>Stressbewältigung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erforschung dessen, was Stress ist, seiner Ursachen und seiner Auswirkungen auf die geistige und körperliche Gesundheit</li> <li>• Identifizierung von Stressquellen</li> <li>• Bewältigungsstrategien</li> <li>• Die Bedeutung einer gesunden Work-Life-Balance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkennen, wie wichtig es ist, Unterstützung zu suchen, wenn der Stress überwältigend wird</li> <li>• Üben Sie Achtsamkeit und Entspannungstechniken, um Stress und Ängste abzubauen.</li> <li>• Erhöhung des Bewusstseins für Stressoren in Ihrem Leben und deren mögliche Auswirkungen</li> </ul>	2 Semesterwochenstunden
<b>Rechnen und mathematische Fähigkeiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen und Interpretieren von Daten, die in Diagrammen, Schaubildern und Tabellen dargestellt sind</li> <li>• Finanzielle Allgemeinbildung</li> <li>• Entwicklung von Fähigkeiten zum kritischen Denken, um mathematische Probleme zu analysieren und zu lösen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie haben ein Grundlegendes Verständnis von Finanzkonzepten und sind in der Lage, Ihre persönlichen Finanzen effektiver zu verwalten.</li> </ul>	2 Semesterwochenstunden

## Literatur und andere Informationsquellen

1. What is Communication? [Complete Guide] Author: Lisa-Maria Höber/ Published: February 16, 2021, <https://www.teamazing.com/what-is-meant-by-communication/>
2. Digital Communication: Definition, Examples and its Types, Sienna Roberts, 18 July 2023 <https://www.theknowledgeacademy.com/blog/digital-communication/>
3. How to Build a Business Budget for Women Entrepreneurs, <https://manentcapital.com/how-to-build-a-business-budget-for-women-entrepreneurs/> by Silvia Manent, May 03, 2023
4. Math education alignment for future job market demands <https://www.thebusinesswomanmedia.com/math-education-alignment-for-future-job-market-demands/> October 06, 2023
5. Embarking on an Entrepreneurial Journey: Top Advice for Start-Ups, <https://www.robinwaite.com/blog/embarking-on-an-entrepreneurial-journey-top-advice-for-start-up-business-success>, February 23, 2024
6. The Importance of Self-Care: Nurturing Your Mind, Body, and Soul – Blog, [https://www.ssgmi.com/resources/blog/the-importance-of-self-care-nurturing-your-mind-body-and-soul\\_ae1210.html](https://www.ssgmi.com/resources/blog/the-importance-of-self-care-nurturing-your-mind-body-and-soul_ae1210.html), February 20, 2024
7. Networking for Success: Building Relationships That Drive Business Growth, <https://technorely.com/insights/networking-for-success-building-relationships-that-drive-business-growth>, October 4, 2023
8. 8 Female Entrepreneurs Share Their Tips for Coping Better with Stress, <https://thetribecoworking.co.uk/8-female-entrepreneurs-share-their-tips-for-coping-better-with-stress/> 29 April 2022
9. Redefining Success: The Foundation for Creating Work-Life Balance, [https://www.researchgate.net/publication/251295384\\_Redefining\\_Success\\_The\\_Foundation\\_for\\_Creating\\_Work-Life\\_Balance](https://www.researchgate.net/publication/251295384_Redefining_Success_The_Foundation_for_Creating_Work-Life_Balance) Authors: Whittington, J.Lee and Maellaro, Rosemary and Galpin, Timothy, 2011
10. Effective Communication-Transform Team Dynamics for Success, <https://mindbendercoach.com/blogs/communication/the-impact-of-effective-communication-on-team-dynamics>, December 8, 2023 Sohini Majumder
11. Effective Team Dynamics Unlocked: Wrike, <https://www.wrike.com/blog/team-dynamics-examples-best-practices/> 13 November 2023

**Table 7. Overview of the programme**

Nr.	Ausbildungsprogramme	Arbeitsaufwand (Theorie)	Arbeitsaufwand (Praxis)	Gesamt
1	Einführung in den E-Commerce	6	3	9
2	Finanzverwaltung	6	3	9
3	Operatives Management	8	4	12
4	Rechtlicher Rahmen für jeden Partnerstaat und europäischer rechtlicher Rahmen	6	3	9
5	Digitale Fähigkeiten	8	4	12
6	Soft Skills	5	5	10
	<b>Gesamt</b>	39	22	61

## 4. FAZIT

Der maßgeschneiderte Studienplan, der für das Projekt "ECOMMERCE4WOMEN" für Unternehmerinnen im E-Commerce entwickelt wurde, umfasst eine umfassende Reihe von Modulen, die den Teilnehmerinnen gemeinsam die wesentlichen Kenntnisse und Fähigkeiten vermitteln, die für den Erfolg in der digitalen Geschäftswelt erforderlich sind. Jedes Modul befasst sich mit kritischen Aspekten des Unternehmertums, der Entwicklung von Soft Skills und domänenspezifischem Fachwissen.

Der Studienplan ist eine strategische Investition in die Ausbildung und Befähigung von Unternehmerinnen im E-Commerce. Er vermittelt nicht nur bereichsspezifisches Wissen, sondern fördert auch das persönliche und berufliche Wachstum, das notwendig ist, um sich auf dem wettbewerbsorientierten digitalen Markt zu behaupten. Mit diesen Modulen sind Unternehmerinnen gut aufgestellt, um Herausforderungen zu meistern, Innovationen voranzutreiben und zum Wachstum ihrer Unternehmen und des gesamten Ökosystems E-Commerce beizutragen.

Erstellt von:



Kazimieras Simonavičius  
University



APEC  
advanced project education consulting



pistes solidaires



Co-funded by  
the European Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

MEHR INFORMATIONEN UNTER

[HTTPS://WWW.ECOMMERCE4WOMEN.COM/](https://www.ecommerce4women.com/)