

INSTRUIRE ÎN COMERȚUL ELECTRONIC PENTRU FEMEI ANTREPRENOARE



Produs intelectual 1
(Partea 1)

Curriculum
personalizat pentru
femei
antreprenoare în
comerțul
electronic

2021 - 2024

CUPRINS

1 Prezentarea proiectului ... 3

De ce și cum

2 Analiza nevoilor educaționale ale femeilor antreprenoare în comerțul electronic ... 3

2.1. Revizuirea literaturii ... 4

2.1.1 Prezentare generală a comerțului electronic ... 4

2.1.2 Comerțul electronic și femeile antreprenoare: provocări și oportunități ... 5

2.1.3 Concluzii ... 11

2.2. Analiza rezultatelor sondajului online ... 11

3 Curriculum personalizat pentru femei antreprenoare în comerțul electronic ... 15

3.1. Informații generale despre program ... 16

3.2. Module educaționale ... 17

3.2.1. Introducere în comerțul electronic ... 17

3.2.2. Management financiar ... 20

3.2.3. Managementul operațiunilor ... 23

3.2.4. Înființare legală ... 27

3.2.5. Abilități digitale ... 30

3.2.6. Soft Skills ... 34

4 Concluzii ... 38

Parteneri. Exonerare de responsabilitate privind finanțarea ... 39



1. INTRODUCEREA PROIECTULUI

De ce și cum

Atunci când își înființează și administrează o afacere, femeile se confruntă cu multe probleme în accesarea finanțării și informațiilor, în formare, în accesarea rețelelor pentru scopuri de afaceri și concilierea preocupărilor legate de afaceri și de familie. Pentru a rezolva aceste probleme și pentru a sprijini antreprenoarele, UE a implementat Planul de Acțiune pentru Antreprenoriat 2020 și și-a propus "accentuarea oportunităților pentru femei" ca obiectiv al acestui plan. Proiectul Ecommerce4Women va contribui la rezolvarea acestor provocări facilitând accesul femeilor la informații în mod mai ușor și dezvoltând un program de formare dedicat antreprenoarelor, sprijinind auto-angajarea femeilor și oferindu-le astfel o șansă mai bună de a-și dezvoltă potențialul.

2. ANALIZA NEVOILOR EDUCAȚIONALE ALE FEMEILOR ANTREPRENOARE ÎN E-COMMERCE

Dezvoltarea unui curriculum personalizat pentru femeile antreprenoare în comerțul electronic se bazează pe cercetarea nevoilor educaționale ale grupului țintă, efectuată de organizațiile partenere în fazele inițiale ale proiectului. Această cercetare a fost analizată în cadrul IO1 și furnizează o direcție clară pentru dezvoltarea curriculumului, precum și a materialelor de formare pentru modulele educaționale, care vor reduce decalajul de competențe al femeilor antreprenoare și vor contribui la competențele lor legate de muncă.

2.1. REVIZUIREA LITERATURII

În etapele incipiente ale IO1, partenerii au pregătit o recenzie a literaturii care a prezentat dezvoltarea istorică a comerțului electronic și evoluția participării femeilor în acest sector. Scopul principal a fost de a aduce în atenție provocările specifice de gen pe care femeile antreprenor le-ar putea întâmpina în sectorul comerțului electronic, pentru a se asigura că curriculumul este adaptat pentru a aborda aceste provocări unice în cea mai bună modalitate posibilă.



2.1.1 PREZENTARE GENERALĂ A COMERȚULUI ELECTRONIC

Rădăcinile comerțului electronic pot fi urmărite înapoi până în anii 1960, odată cu dezvoltarea sistemelor de schimb electronic de date (EDI) care au permis companiilor să-și schimbe documentele de afaceri electronic. În anii 1990, apariția World Wide Web și introducerea sistemelor de plată securizate au condus la apariția cumpărăturilor online. În 1995, portalul de internet Netscape.com a publicat prima reclamă web, arătând potențialul internetului ca nou mediu pentru publicitate și vânzări (Basarir-Ozel și Mardikyan, 2017). Termenul de comerț electronic a devenit curând folosit pentru toate tranzacțiile de afaceri realizate prin internet sau web (Laudon și Laudon, 2014).

De atunci, comerțul electronic a evoluat semnificativ, cu creșterea dispozitivelor mobile și a platformelor de social media care conduc noi tendințe și modele de afaceri. În 2021, comerțul electronic a reprezentat aproape 19% din vânzările la nivel mondial; se prognozează că până în 2026, segmentul online va reprezenta aproximativ o pătrime din totalul vânzărilor la nivel global. În termeni financiari, se estimează că piața globală a comerțului electronic va ajunge la 6,3 trilioane USD în 2023, ceea ce reprezintă o creștere de 10,4% față de 2022 (Shopify, 2022). Se prognozează că această cifră va depăși șapte trilioane USD până în 2025 (Statista, 2023).

Comerțul electronic oferă mai multe beneficii pentru afaceri, inclusiv o acoperire și accesibilitate sporite, costuri reduse, o experiență îmbunătățită pentru clienți și analize de date îmbunătățite. Magazinele online pot ajunge la clienți oriunde în lume, în orice moment al zilei, fără nevoia de magazine fizice sau personal de vânzări. În plus, comerțul electronic permite afacerilor să adune date detaliate despre clienții lor, inclusiv istoricul de achiziții și comportamentul de navigare, care pot fi folosite pentru a personaliza marketingul și a îmbunătăți experiența clienților.

Viitorul comerțului electronic probabil va fi influențat de mai multe tendințe cheie, inclusiv comerțul mobil, comerțul social și retailul omnicanal. Dispozitivele mobile devin din ce în ce mai mult modul principal în care consumatorii accesează internetul și fac achiziții, făcând optimizarea pentru mobil crucială pentru afacerile de comerț electronic. Platformele de social media devin, de asemenea, canale cheie pentru comerțul electronic, permițând afacerilor să ajungă la clienți acolo unde își petrec deja timpul online. În cele din urmă, retailul omnicanal – integrarea perfectă a experiențelor de cumpărături online și offline – devine din ce în ce mai important, deoarece clienții se așteaptă la o experiență consecventă pe toate punctele de contact.

În general, comerțul electronic a revoluționat modul în care funcționează afacerile, oferind o acoperire și accesibilitate fără precedent, costuri reduse și experiențe îmbunătățite pentru clienți. Cu toate acestea, prezintă și provocări semnificative, inclusiv riscuri de securitate, complexități logistice și competiție intensă. Pentru a reuși în lumea în rapidă evoluție a comerțului electronic, afacerile vor trebui să rămână în fruntea curbei, să adopte noi tendințe și tehnologii, menținând în același timp un accent centrat pe client.

2.1.2 COMERȚUL ELECTRONIC ȘI FEMEILE ANTREPRENOARE: PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI

Comerțul electronic a deschis noi oportunități pentru femeile antreprenoare să își înceapă și să își dezvolte afacerile. Cu popularitatea în creștere a cumpărăturilor online, comerțul electronic a furnizat o platformă pentru femeile antreprenoare să acceseze piețe mai mari, să atragă noi clienți și să își extindă afacerile la nivel global. Creșterea tehnologiilor digitale a permis, de asemenea, femeilor antreprenoare să depășească unele dintre barierele tradiționale cu care se confruntă în accesarea finanțării și resurselor. În plus, comerțul electronic le-a oferit femeilor antreprenoare o mai mare flexibilitate în gestionarea afacerilor lor, permițându-le să își echilibreze mai eficient responsabilitățile de muncă și familie.

Cu toate acestea, femeile antreprenoare încă se confruntă cu provocări în comerțul electronic, inclusiv necesitatea de a poseda abilități digitale și acces la tehnologie, navigarea în piețele online și sistemele de plată complexe și concurează cu afaceri mai mari, stabilite. În plus, prejudecățile de gen și stereotipurile pot influența comportamentul consumatorilor și pot limita vizibilitatea și credibilitatea afacerilor deținute de femei în comerțul electronic.

În ciuda acestor provocări, există dovezi că femeile antreprenoare în comerțul electronic prosperă și aduc contribuții semnificative la economia digitală. Urmează o prezentare succintă a celor mai relevanți factori referitori la femeile antreprenoare implicate în comerțul electronic.

Acces la capital

Lipsa accesului la capital este o barieră semnificativă pentru femeile antreprenoare în începerea și scalarea afacerilor lor. Femeile antreprenoare se confruntă adesea cu dificultăți în accesarea formelor tradiționale de finanțare, cum ar fi împrumuturile bancare și capitalul de risc, din cauza prejudecăților și discriminării sistematice. Un studiu realizat de Guzman și Kacperczyk (2019) a arătat că femeile au cu 63% mai puține șanse decât bărbații de a obține finanțare externă în termeni de capital de risc, o parte semnificativă a decalajului (65%) provenind din diferențele de gen, deoarece femeile sunt mai puțin susceptibile să lanseze afaceri care să indice potențial de creștere investitorilor. Asemenea lipsă de acces la capital poate împiedica femeile să investească în afacerile lor, să angajeze angajați și să își extindă operațiunile. În plus, femeile pot avea și mai puține resurse personale, cum ar fi economiile sau garanțiile, pe care să se bazeze atunci când își încep o afacere. Acest lucru poate duce la o dependență de sursele de finanțare informale, cum ar fi prietenii și familia, care nu pot oferi suficient capital pentru a susține pe deplin afacerea.

Lipsa accesului la capital poate în cele din urmă împiedica creșterea și succesul afacerilor deținute de femei și poate limita beneficiile economice potențiale care ar putea rezulta din activitățile lor antreprenoriale.

Platformele de comerț electronic pot contribui la atenuarea problemei lipsei accesului la capital, oferind un punct de intrare cu costuri reduse în antreprenoriat, deoarece în general necesită investiții inițiale mai mici în comparație cu afacerile tradiționale. Acest lucru poate face mai ușor pentru femeile antreprenoare să își înceapă și să își dezvolte afacerile fără a avea nevoie de sume semnificative de capital. În plus, platformele de comerț electronic pot oferi acces la surse alternative de finanțare, cum ar fi finanțarea colectivă și împrumuturile peer-to-peer, care pot fi mai accesibile pentru femeile antreprenoare care ar putea întâmpina discriminare din partea surselor tradiționale de finanțare.

Un alt avantaj al comerțului electronic în comparație cu afacerile de retail tradiționale este potențialul său de a reduce costurile generale, făcând astfel întreprinderea mai sustenabilă pe termen lung. Prin eliminarea necesității unui magazin fizic, comerțul electronic poate reduce semnificativ costurile asociate cu închirierea, întreținerea și personalizarea unui spațiu de retail. În plus, trecerea la comerțul electronic poate reduce și costurile asociate cu gestionarea inventarului, permițând afacerilor să adopte gestionarea inventarului cu livrare directă sau just-in-time, în care produsele sunt expediate direct de la furnizor la client.

Astfel, comerțul electronic permite afacerilor să proceseze comenzile mai rapid și mai eficient. În plus, comerțul electronic oferă afacerilor acces la o bază de clienți mai largă, permițându-le să își vândă produsele clienților din diferite locații geografice fără a suporta costuri suplimentare de marketing sau publicitate. Mai mult, comerțul electronic poate, de asemenea, să ofere afacerilor acces la o bază de clienți mai largă. Prin vânzarea produselor online, afacerile pot ajunge la clienți în diferite locații geografice fără a suporta costuri suplimentare de marketing sau publicitate. Acest lucru poate fi deosebit de benefic pentru afacerile mici, care s-ar putea să nu aibă resursele necesare pentru a se implica în campanii publicitare tradiționale. Platformele de comerț electronic oferă o gamă de instrumente de marketing pe care afacerile le pot utiliza pentru a-și promova produsele și serviciile către clienți. Aceste instrumente pot fi extrem de țintite, permițând afacerilor să ajungă la clienții potriviți în momentul potrivit, fără a suporta costuri semnificative, ceea ce înseamnă că poate ajuta afacerile să își extindă baza de clienți și să își crească veniturile fără a suporta cheltuieli suplimentare semnificative. Ca rezultat, femeile antreprenor pot începe și gestiona afaceri cu mai puține investiții financiare, ceea ce poate fi în mod particular avantajos pentru cele care se confruntă cu constrângeri financiare.

Totuși, capitalul rămâne o problemă și după investiția inițială ca punct de intrare în antreprenariat. De exemplu, 47% dintre afacerile deținute de femei din Canada care utilizează comerțul electronic au dificultăți în securizarea investițiilor externe, în comparație cu 67% dintre afacerile deținute de bărbați care consideră că este ușor să obțină investiții externe (PayPal Inc, 2018).

Creșterea acoperirii

Comerțul electronic poate juca un rol crucial în creșterea acoperirii afacerilor gestionate de femei, oferindu-le o platformă pentru a-și vinde produsele și serviciile dincolo de comunitățile lor locale. De asemenea, poate ajuta la depășirea barierelor tradiționale cu care se confruntă femeile în accesarea piețelor, cum ar fi lipsa de capital sau normele sociale care le restricționează mobilitatea.

În plus, platformele de comerț electronic oferă o gamă de instrumente de marketing și publicitate care pot ajuta femeile antreprenor să își mărească vizibilitatea și să ajungă la mai mulți clienți. Un studiu comandat de PayPal Inc. (2018) a constatat că femeile antreprenor care au folosit social media și alte instrumente de marketing online au fost mai susceptibile să își crească vânzările decât cele care nu au făcut-o. În mod specific, 73% dintre femeile antreprenoare chestionate care vând produse și servicii online au evidențiat comerțul electronic ca factor pentru creșterea și succesul sustenabil.

În ceea ce privește extinderea acoperirii dintr-o perspectivă geografică, studiul a arătat că femeile antreprenoare sunt mai susceptibile să recunoască valoarea desfășurării afacerilor la nivel internațional, folosind puterea comerțului electronic pentru a-și activa afacerea. 28% dintre afacerile online deținute de femei vând în întreaga lume, iar 61% indică faptul că vânzarea internațională a fost un factor în succesul afacerii lor.

În plus, platformele de comerț electronic pot oferi și analize de date și informații despre clienți, permițând femeilor antreprenor să înțeleagă mai bine clienții din afara comunității lor imediate și să își personalizeze produsele și serviciile în funcție de nevoile acestora.

Balansul între viața profesională și personală

Atingerea unui echilibru între viața profesională și personală poate fi în mod particular provocatoare pentru femeile care încearcă să își echilibreze responsabilitățile personale și profesionale. În timp ce există cu siguranță femei motivate să se implice în antreprenoriat din motive similare cu cele ale bărbaților, cum ar fi dorința de independență și câștig financiar, spre deosebire de majoritatea bărbaților, multe femei aleg antreprenoriatul în mod specific pentru a ușura echilibrul între obligațiile de muncă și potențialul de câștig cu angajamentele domestice și familiale (McGowan et al, 2012).

Antreprenoriatul digital, în special, a apărut ca o soluție potențială la această problemă. Platformele online oferă antreprenorilor o flexibilitate sporită în gestionarea afacerilor lor, deoarece acestea pot fi operate de oriunde, cu o conexiune la internet, permițând proprietarilor de afaceri să lucreze de acasă sau din locații la distanță. Această flexibilitate poate fi în mod particular avantajoasă pentru femeile antreprenoare care balansează munca cu alte responsabilități, cum ar fi îngrijirea copiilor sau a persoanelor dependente.

Cu toate acestea, deși femeile au început să menționeze tot mai des flexibilitatea și obligațiile legate de îngrijirea copiilor ca motive puternice pentru lansarea unei afaceri antreprenoriale, McGowan remarcă că relativ puțină atenție a fost acordată explorării motivațiilor lor, așteptărilor și experiențelor reale în antreprenoriat și în ce măsură antreprenoriatul oferă într-adevăr un echilibru îmbunătățit între responsabilitățile profesionale și personale. În mod specific, angajamentul de timp, cerințele constante de muncă și necesitatea de a echilibra interesele familiale cu cerințele afacerii au fost citate ca principale surse de tensiune, stres și vinovăție în rândul femeilor antreprenor chestionate, în special în contextul în care femeile sunt îngrijitoare principale în gospodărie.

Mediul digital nu face altceva decât să amplifice această problemă, implicând posibilitatea și așteptarea de a fi constant online și disponibil (Institutul European pentru Egalitatea de Gen, 2020). Antreprenoarele digitale au menționat că punerea lor la dispoziție și încercarea de a se deconecta sunt unele dintre principalele tensiuni pe care le experimentează, împreună cu echilibrarea obligațiilor sociale și familiale (Malik, 2017). Digitalizarea poate contribui la intensificarea generală a muncii și duce la suprasolicitare (Peña-Casas et al., 2018); angajații cu nivel aparent ridicat de autonomie lucrează dincolo de limitele lor, epuizându-se și afectând grav sănătatea și relațiile personale (Pérez-Zapata et al., 2016). Cercetările au arătat că autonomia completă a aranjamentelor de lucru duce la cel mai mare grad de transfer de la muncă acasă, chiar mai mare decât în cazul programelor complet inflexibile. Unele dintre motivele implicate sunt lucrul în ore nesociale pentru a-și optimiza veniturile, a respecta termenele limită, a se conforma cererilor clienților și, în general, a face față provocărilor de a echilibra viața personală și profesională. În plus, timpul femeilor nu presupune limite clare între timpul liber și îngrijirea neplătită; este marcat de fenomene precum contaminarea (timpul liber petrecut în prezența copiilor) și fragmentarea (întreruperea timpului liber pentru a avea grijă de copii) (Parlamentul European, 2016).

Abilitățile digitale și accesul la tehnologia informației și comunicațiilor (TIC)

În ultimele decenii, progresele tehnologice au transformat modul în care funcționează afacerile la nivel global, cu tehnologiile digitale devenind tot mai importante pentru antreprenori. Cu toate beneficiile acestor progrese, femeile antreprenor se confruntă încă cu mai multe provocări în ceea ce privește abilitățile digitale și TIC. Aceste provocări includ lipsa accesului la tehnologie, cunoștințe digitale limitate, biasul de gen și normele sociale; acest lucru reprezintă una dintre principalele bariere cu care se confruntă aspirantele la antreprenariat în contextul lansării și gestionării afacerilor online. Prin urmare, îmbunătățirea abilităților digitale ale femeilor și accesul general la infrastructura TIC este considerată o prioritate cheie pentru formularea politicilor, cu scopul final de a împuternici antreprenoarele și, în consecință, de a stimula creșterea economică la nivel global (Gaitan G., 2018).

Raportul Panelului înalt al Națiunilor Unite pentru Împuternicirea Economică a Femeilor (2017) evidențiază faptul că telefoanele mobile și platformele online au dovedit deja beneficii pentru întreprinderile mici și mijlocii deținute de femei, conectându-le la piețe, oferindu-le formare și facilitând acțiunea lor colectivă. Cu toate acestea, Gaitan indică și studii care au arătat că există o discrepanță în conectivitatea femeilor, deoarece 1,7 miliarde de femei din țările cu venituri mici și medii încă nu dețin telefoane mobile (Santosham et al., 2015).

Datele colectate de Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor (UIT) arată că femeile și fetele reprezintă minoritatea printre cei aproximativ 2,7 miliarde de utilizatori de internet din întreaga lume. În 2022, 62% dintre bărbați foloseau internetul, comparativ cu 57% dintre femei la nivel global. Această disparitate de gen devine mai pronunțată în țările cu dezvoltare redusă (LDC), unde doar 19% dintre femei au folosit internetul în 2020, în comparație cu 86% în lumea dezvoltată (în 2019). Femeile din țările în curs de dezvoltare care folosesc internetul sunt cu 30% până la 50% mai puțin susceptibile decât bărbații să folosească instrumente online pentru a-și crește venitul sau pentru a participa la viața publică (Fundatia World Wide Web, 2015). Accesul scăzut la internet, fie din motive financiare, fie din lipsa infrastructurii de bază în anumite zone geografice, rămâne una dintre cele mai mari bariere pentru femei în LDC-uri.

Problema deficiențelor infrastructurale nu este la fel de comună în țările dezvoltate. În UE, conform Tabloului de bord al Femeilor în Domeniul Digital al Comisiei Europene (2021), 85% dintre femei au folosit internetul în mod regulat în 2020, comparativ cu 87% dintre bărbați. Cu toate acestea, indicatorii de competențe digitale reflectă competențe digitale relativ scăzute: 54% dintre femeile chestionate în întreaga UE au cel puțin abilități digitale de bază (comparativ cu 58% dintre bărbați), 29% abilități digitale peste nivelul de bază (33% dintre bărbați) și 56% au cel puțin abilități software de bază (60% dintre bărbați) în 2019. Există o nevoie evidentă de educație și formare în abilitățile digitale; în ceea ce privește conducerea unei afaceri online, aceasta ar include o gamă largă de competențe, de la alfabetizarea digitală și securitatea online până la competențe mai specifice cum ar fi gestionarea platformelor și instrumentelor de comerț electronic, plățile electronice, marketingul digital, etc.

Chestionarul menționat anterior a fost integral în strategia Comisiei Europene privind Femeile în Domeniul Digital, un cadru lansat în 2018 care își propune să promoveze participarea femeilor în sectorul digital și să crească reprezentarea lor în pozițiile de conducere din industrie. Strategia are trei domenii cheie: promovarea abilităților și educației digitale, contestarea stereotipurilor digitale de gen și pledoaria pentru mai multe femei antreprenoare, în special în industriile digitale.

Împuternicirea femeilor antreprenoare în dezvoltarea abilităților digitale este crucială pentru promovarea succesului lor în comerțul electronic. Formulatorii de politici joacă un rol important în atingerea acestui obiectiv prin creșterea accesului la infrastructura digitală, furnizarea de formare și educație digitală, promovarea unui mediu de colaborare, sprijinirea antreprenoriatului digital și abordarea barierelor culturale. Prin implementarea acestor măsuri, formulatul de politici poate contribui la egalizarea șanselor pentru femeile antreprenoare în comerțul electronic, stimulând în cele din urmă creșterea economică și dezvoltarea, în timp ce creează o societate mai inclusivă și echitabilă.

2.1.3 CONCLUZII

Această recenzie a literaturii de specialitate a evidențiat beneficiile, provocările și oportunitățile pe care comerțul electronic le poate oferi femeilor antreprenoare. Deși există cu siguranță provocări de depășit, comerțul electronic are potențialul de a oferi femeilor antreprenoare o flexibilitate mai mare, acces la piețele globale și oportunități pentru antreprenoriat social. Astfel, acesta este un domeniu care merită o atenție și un sprijin suplimentar pentru a promova o mai mare egalitate de gen și împuternicire economică pentru femei.

2.2. ANALIZA REZULTATELOR SONDAJULUI ONLINE

Consortiul a efectuat un sondaj privind nevoile educaționale ale femeilor antreprenoare folosind un chestionar online elaborat în limba engleză, care a fost tradus în limbile locale. Sondajul a abordat următoarele probleme:

1. Să determine principalele provocări cu care se confruntă femeile proprietare de afaceri din fiecare țară
2. Să identifice competențele pe care femeile proprietare de afaceri le consideră cele mai importante în demararea și dezvoltarea unei afaceri
3. Să identifice competențele care le lipsesc acum femeilor proprietare de afaceri.

Datele cuprinzătoare colectate despre antreprenoarele din Lituania, Austria, Franța, Turcia, Croația, România și Italia din diverse sectoare evidențiază un peisaj de femei motivate care navighează prin provocări antreprenoriale diverse. Majoritatea respondentelor, cu vârste cuprinse între 25 și 64 de ani și cu niveluri de educație variate, de la studii secundare la doctorale, s-au aventurat în industrii precum publicitate, marketing, alimentație și băuturi, și în domenii mai de nișă, cum ar fi asigurările și produsele farmaceutice. Aceste antreprenoare urmăresc în principal proprietatea afacerii pentru autonomie și pasiune pentru domeniile lor, având motivații profund ancorate în împlinirea personală și independența față de angajarea tradițională.

Principalele provocări raportate includ asigurarea resurselor financiare, navigarea prin legile și reglementările complexe de afaceri și gestionarea eficientă a creșterii afacerii. În ciuda acestor obstacole, femeile arată o înclinație puternică spre inovare și expansiune, având ca obiectiv creșterea semnificativă a profitabilității și diversificarea ofertei de produse sau servicii în următorii trei ani.

Sistemele de sprijin antreprenorial existente par însă insuficiente, în special în ceea ce privește furnizarea de resurse financiare accesibile și oportunități eficiente de mentorat și networking. Respondentele citează frecvent lipsa formării și sprijinului personalizat pentru abilități esențiale precum marketing digital, planificare strategică și management financiar drept bariere semnificative în calea succesului lor.

În ceea ce privește competențele, deși există o bază solidă în abilități interpersonale și de networking, există o cerere notabilă pentru competențe operaționale și strategice avansate pentru a gestiona și crește mai bine afacerile. De asemenea, se subliniază necesitatea îmbunătățirii alfabetizării financiare și a înțelegerii mai profunde a pieței digitale, securității cibernetice și logisticii.

Obiectivele antreprenoriale articulate de aceste femei reflectă o ambiție robustă de a-și extinde operațiunile, nu doar local, ci și internațional. Totuși, realizarea acestor obiective depinde de îmbunătățirea ecosistemului antreprenorial actual pentru a oferi un sprijin mai solid în termeni de educație, finanțare și oportunități de networking.

Această analiză subliniază necesitatea unui mediu mai structurat și mai suportiv care să poată susține aspirațiile de creștere ale antreprenoarelor. Intervențiile recomandate includ programe educaționale mai cuprinzătoare, adaptate nevoilor antreprenoriale, extinderea oportunităților de networking și mentorat, și reforme în structurile de sprijin financiar pentru a le face mai accesibile și mai benefice pentru femeile în afaceri. Aceste măsuri nu doar că vor aborda provocările imediate, dar vor sprijini și sustenabilitatea pe termen lung și expansiunea întreprinderilor conduse de femei.



Antreprenoarele se confruntă adesea cu provocări distincte care le pot împiedica progresul sau crearea propriilor afaceri. Sarcina mentală de a gestiona atât responsabilitățile profesionale, cât și cele personale poate fi considerabilă, deoarece ele se străduiesc frecvent să mențină un echilibru între viața profesională și cea personală în timp ce încearcă să-și stabilească și să-și susțină afacerile. Asigurarea unei finanțări suficiente este o problemă persistentă, femeile confruntându-se uneori cu o examinare mai riguroasă din partea investitorilor și având un acces mai redus la capital. Această dificultate financiară poate afecta nu numai lansarea, ci și creșterea și viabilitatea pe termen lung a afacerilor lor. Dezvoltarea competențelor necesare și a încrederii în sine poate fi, de asemenea, o barieră. Femeile pot experimenta îndoieli de sine sau o lipsă de încredere, ceea ce le poate împiedica să își asume riscuri sau să își afirme prezența pe piețele competitive. În plus, așteptările sociale ca femeile să exceleze în multitasking pot duce la epuizare și pot afecta capacitatea lor de a se concentra pe dezvoltarea afacerilor.

Găsirea unui ritm care să acomodeze cerințele afacerii și ale vieții personale este crucială, dar dificilă. Presiunea de a performa bine în ambele domenii poate duce la stres și poate împiedica capacitatea lor de a prospera profesional. Aceste probleme subliniază necesitatea unui suport și a unor resurse țintite care să abordeze provocările specifice cu care se confruntă antreprenoarele, ajutându-le să stabilească, să dezvolte și să susțină afaceri de succes, în timp ce își ating și împlinirea personală.

Pentru a crește numărul și rata de succes a antreprenoarelor, este nevoie să ne concentrăm pe dezvoltarea competențelor și abilităților cheie, precum și pe furnizarea de formare relevantă. Alfabetizarea financiară este esențială, incluzând înțelegerea managementului financiar, a bugetării și a opțiunilor de finanțare. Această cunoaștere susține luarea de decizii financiare mai bune și obținerea investițiilor. Planificarea eficientă a afacerii și formularea strategiilor sunt abilități cruciale care pot fi perfecționate prin formare țintită, ajutând femeile să creeze modele de afaceri robuste și planuri de marketing. Competențele în social media și marketing digital pot fi, de asemenea, revoluționare, permițând femeilor să își îmbunătățească vizibilitatea brandului și să interacționeze cu clienții în mod eficient din punct de vedere al costurilor. Cunoașterea administrativă și legală este vitală pentru asigurarea conformității cu reglementările și înțelegerea drepturilor și obligațiilor asociate proprietății de afaceri. Dezvoltarea unei fundații solide în chestiuni legale și fiscale protejează afacerea și informează strategia. Abilitățile soft, precum managementul timpului, gestionarea stresului și încrederea în sine, sunt la fel de importante. Formarea în aceste domenii poate împuternici antreprenoarele să-și gestioneze sarcinile eficient, să-și mențină motivația și să facă față presiunilor antreprenoriatului. Abilitățile de networking ajută la construirea de conexiuni și la găsirea de clienți, în timp ce coaching-ul poate oferi îndrumare personalizată pentru a aborda provocările specifice. Accentul pe sustenabilitate și interconectări poate conduce la practici de afaceri mai reziliente și mai adaptabile.

Pentru a răspunde nevoilor privind metodele de predare și formare pentru antreprenori, modelele hibride și online care combină învățarea online și față-în-față sunt din ce în ce mai preferate de antreprenoarele întâlnite. Această abordare permite o combinație de învățare asincronă (în ritm propriu) și sincronă (în timp real), oferind flexibilitate și posibilitatea de a lucra conform propriului program, ceea ce este mai favorabil cerințelor variate ale vieții. Metodele hibride răspund nevoilor de management operațional, deoarece permit independența și gestionarea timpului esențiale pentru antreprenori. Formarea online oferă flexibilitatea de a învăța și de a dezvolta competențe fără constrângerile programelor tradiționale de clasă, în timp ce evenimentele de networking față-în-față facilitează contactul uman valoros și conexiunile din lumea reală. Avantajul semnificativ al formării hibride este flexibilitatea sa. Ea oferă libertatea de a alege locația și momentul învățării, ceea ce poate fi deosebit de benefic pentru cei care echilibrează antreprenoriatul cu responsabilitățile personale. Modelele hibride se adaptează și la constrângerile vieții, oferind o abordare organizațională mai personalizată. Această flexibilitate se extinde și la networking, permițând combinarea interacțiunilor online cu întâlnirile față-în-față, creând un mediu de învățare mai dinamic și mai bogat. Modelul hibrid respectă preferințele individuale de învățare și stilurile de viață, făcându-l o formă eficientă de educație pentru antreprenorii aspiranți și actuali.

Respondenții au subliniat importanța diversității în mentoring, subliniind că conceptul de mentoring s-a extins în prezent dincolo de formele tradiționale. Având în vedere provocările contemporane ale lumii afacerilor, respondenții au comentat asupra impactului tehnologiei asupra modului în care femeile își construiesc și mențin rețelele de afaceri.



3. CURRICULUM PERSONALIZAT PENTRU FEMEI ANTREPRENOARE ÎN E-COMMERCE

Acest capitol va detalia caracteristicile generale ale curriculumului personalizat pentru femeile antreprenoare în comerțul electronic. Curriculumul este conceput ca un set de rezultate ale învățării (împărțite în cunoștințe, abilități și competențe) care caracterizează profilul unui antreprenor de comerț electronic.

Rezultatele învățării EQF sunt definite ca declarații ale cunoștințelor, înțelegerii și abilităților pe care un cursant le deține la finalizarea unui proces de învățare. Rezultatele învățării sunt astfel definite în termeni de cunoștințe, abilități și competențe, care sunt înțelese astfel:

"Cunoștințele reprezintă rezultatul asimilării informațiilor prin învățare. Cunoștințele constituie un ansamblu de fapte, principii, teorii și practici legate de un domeniu de muncă sau studiu. În contextul Cadrului European al Calificărilor, cunoștințele sunt descrise ca fiind teoretice și/sau factuale."

"Abilitățile reprezintă capacitatea de a aplica cunoștințele și de a utiliza know-how-ul pentru a îndeplini sarcini și a rezolva probleme. În contextul Cadrului European al Calificărilor, abilitățile sunt descrise ca abilități cognitive sau practice."

"Competențele reprezintă abilitatea dovedită de a utiliza cunoștințele, abilitățile și capacitățile personale, sociale și metodologice în situații de muncă sau studiu și pentru dezvoltarea profesională și/sau personală. În contextul Cadrului European al Calificărilor, competențele sunt descrise în termeni de responsabilitate și autonomie."

3.1. INFORMAȚII GENERALE DESPRE PROGRAM

Documentul curriculumului dezvoltat conține toate informațiile relevante pentru crearea și livrarea unei educații adecvate, adaptate nevoilor specifice ale femeilor antreprenor în comerțul electronic: durata programului, competențele pe care cursanții le vor dobândi în acest proiect, modulele, subiectele modulelor, conținutul, rezultatele învățării, volumul de muncă al fiecărui subiect, metodele de predare, livrarea VLE și literatura de specialitate. Curriculumul a fost dezvoltat urmând procedura standard care constă în următoarele faze (activități):

1. Faza I – Planificare

- Identificarea nevoilor.

2. Faza II – Conținut și metode

- Definirea obiectivelor și rezultatelor învățării,
- Selectarea și organizarea conținutului,
- Proiectarea metodelor de predare.

3. Faza III – Implementare

- Elaborarea mapării curriculumului.

4. Faza IV – Evaluare și raportare

- Proiectarea strategiilor de evaluare,
- Raportarea și asigurarea resurselor.

Curriculumul introduce și definește ariile tematice reprezentând piloni autonomi și în mod inerent coerenți. Fiecare dintre acești piloni cuprinde elemente interconectate de cunoștințe, abilități și competențe într-un domeniu cheie de expertiză pentru un educator cu un astfel de profil. Acestea sunt după cum urmează:

1. *Introducere în comerțul electronic*
2. *Management financiar*
3. *Managementul operațiunilor*
4. *Configurare juridică (pentru fiecare stat partener și configurație juridică europeană)*
5. *Abilități digitale*
6. *Soft skills*

Durata programului este de 66 de ore (44 de ore de teorie și 22 de ore de practică).



3.2. MODULE EDUCAȚIONALE

Obiectivele de învățare și rezultatele modulelor definite mai sus vor fi elaborate în continuare în secțiunile următoare.

3.2.1. INTRODUCERE ÎN COMERȚUL ELECTRONIC

Introducerea în comerțul electronic este concepută pentru a oferi o înțelegere de bază a conceptelor și elementelor cheie din peisajul comerțului electronic. Aceasta conține sub-teme precum definiția și domeniul de aplicare al afacerilor de comerț electronic, evoluția istorică și dezvoltarea comerțului electronic, tipurile de comerț electronic (de exemplu, B2B și B2C) și o prezentare generală a modelelor de afaceri în comerțul electronic.

După finalizarea modulului, participanta va fi capabilă să:

- Furnizeze o definiție clară și concisă a comerțului electronic, înțelegând conceptul său fundamental și domeniul de aplicare.
- Înțeleagă dezvoltarea istorică a comerțului electronic și să recunoască principalele momente cheie în evoluția sa.
- Facă distincția între diferite tipuri de modele de comerț electronic, și anume Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C) și Consumer-to-Consumer (C2C).
- Descrie modelele emergente de comerț electronic, cum ar fi Consumer-to-Business (C2B) și Direct-to-Consumer (D2C).



Tabelul 1. Modulul 1: Introducere în comerțul electronic

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Principalele terminologii și definiții în comerțul electronic (Tipuri de modele de comerț electronic, platforme și instrumente, marketing digital, securitate cibernetică)	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea conceptelor și principiilor fundamentale care guvernează comerțul electronic, inclusiv tranzacțiile electronice, piețele online și sistemele de plată digitale. • Examinarea termenilor cheie legați de strategiile de marketing digital, publicitatea online și confidențialitatea datelor în contextul comerțului electronic. • Introducerea terminologiei esențiale privind amenințările cibernetice, încălcările de date și reglementările precum GDPR (Regulamentul General privind Protecția Datelor). • Explorarea terminologiei asociate platformelor de comerț electronic, inclusiv software-ul de comerț electronic, designul site-ului web și gestionarea magazinului online. 	<ul style="list-style-type: none"> • Să obțină o înțelegere cuprinzătoare a principalilor termeni și definiții utilizați în domeniul comerțului electronic. • Să se familiarizeze cu terminologia legată de marketingul și publicitatea în domeniul comerțului electronic, permițându-le să creeze campanii eficiente de marketing online. • Să înțeleagă terminologia privind securitatea cibernetică și protecția datelor pentru a proteja mai bine afacerile online și datele clienților. • Să învețe despre terminologia asociată platformelor de comerț electronic, ajutând participanții să aleagă și să optimizeze instrumentele potrivite pentru afacerile lor online. 	<p style="text-align: center;">9 ore academice</p>

Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

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
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. MANAGEMENT FINANCIAR

După finalizarea modulului, participanta va putea:

- efectua analize financiare;
- crea bugete, dezvolta previziuni financiare și monitoriza performanța financiară în raport cu obiectivele;
- identifica, evalua și reduce riscurile financiare;
- înțelege amenințările și principiile de securitate în comerțul electronic.

Tabelul 2. Modulul 2: Management financiar

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Bugetare (planificare financiară)	<ul style="list-style-type: none">• O prezentare generală a conceptului de bugetare, importanța sa în gestionarea financiară și rolul său în planificarea strategică.• Explorarea diferitelor tipuri de bugete și a scopurilor lor distincte în cadrul unei organizații.• Tehnici pentru prognozarea financiară, inclusiv analiza tendințelor și planificarea scenariilor, pentru a face proiecții bugetare precise.• Strategii pentru monitorizarea eficientă a bugetelor, identificarea abaterilor și implementarea acțiunilor corective pentru a asigura îndeplinirea obiectivelor financiare.	<ul style="list-style-type: none">• Crearea de bugete cuprinzătoare adaptate nevoilor și obiectivelor specifice• Analizarea datelor bugetare, identificarea abaterilor și luarea deciziilor informate pentru gestionarea eficientă a resurselor• Comunicarea clară și convingătoare a informațiilor bugetare către diverse părți interesate, promovând înțelegerea și susținerea planurilor financiare• Înțelegerea importanței considerațiilor etice în bugetare și menținerea standardelor etice în planificarea financiară.	3 ore academice

Securitatea comerțului electronic	<ul style="list-style-type: none"> • O prezentare a semnificației securității în comerțul electronic, evidențiind riscurile și amenințările asociate tranzacțiilor online. • Explorarea conceptelor fundamentale în securitatea cibernetică, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea. • Explorarea amenințărilor comune de securitate în comerțul electronic, cum ar fi phishing-ul, injectarea SQL și atacurile DDoS, și strategiile pentru reducerea acestor riscuri. • Securizarea site-urilor web și platformelor de comerț electronic, inclusiv securitatea aplicațiilor web, practicile de codare sigură și securitatea serverului. 	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea principiilor de securitate în comerțul electronic, amenințările și cele mai bune practici. • Abilitatea de a stabili procese continue de monitorizare și auditare a securității pentru a menține integritatea operațiunilor de comerț electronic. • Să fiți pregătită să răspundeți la incidentele de securitate în mod eficient, minimizând pagubele potențiale și asigurând continuitatea afacerii. 	<p>3 ore academice</p>
Plăți online	<ul style="list-style-type: none"> • O explorare a diferitelor metode de plată online. • Examinarea tehnologiilor de gateway de plată și rolul lor în transmiterea securizată a plăților. • Strategii pentru detectarea și prevenirea fraudelor la plată. • Informații despre complexitatea plăților online internaționale, inclusiv conversia valutară, ratele de schimb și conformitatea cu reglementările transfrontaliere. 	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea cuprinzătoare a diferitelor metode de plată online și a avantajelor și limitărilor acestora. • Conștientizarea aspectelor legale și reglementare legate de plățile online, asigurând conformitatea cu legile relevante. • Capacitatea de a gestiona plățile transfrontaliere și de a naviga în complexitatea tranzacțiilor online internaționale. 	<p>3 ore academice</p>

Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

1. 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
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
6. 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
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. MANAGEMENTUL OPERAȚIUNILOR

După finalizarea modului, participanta va fi capabilă să:

- Înțelege principiile managementului calității;
- Controleze strategiile de inventar, minimizând stocurile excesive și asigurând disponibilitatea produselor atunci când este necesar;
- Se coordoneze cu furnizorii și distribuitorii pentru o logistică îmbunătățită;
- Înțelege indicatorii cheie de performanță (KPI-uri);
- la în considerare factorii de mediu și sociali în operațiuni.



Tabelul 3. Modulul 3: Managementul operațiilor

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Fabricare	<ul style="list-style-type: none"> • O prezentare generală a proceselor de fabricație; • Strategii pentru planificarea și controlul operațiilor de fabricație; • Luarea în considerare a integrării lanțului de aprovizionare în fabricație. 	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea cuprinzătoare a proceselor, sistemelor și principiilor de producție; • Planificarea și gestionarea eficientă a operațiilor de producție; • Sustenabilitatea mediului în producție 	3 ore academice
Transport	<ul style="list-style-type: none"> • Prezentarea generală a modurilor de transport • Analiza strategiilor de depozitare și distribuție, gestionarea stocurilor și îndeplinirea comenzilor în contextul transportului. 	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea elementelor fundamentale ale industriei de transport maritim, inclusiv modurile de transport, reglementările și logistica 	2 ore academice
Logistică	<ul style="list-style-type: none"> • Informații despre operațiunile logistice și managementul lanțului de aprovizionare; 	<ul style="list-style-type: none"> • Abilități de logistică și management al lanțului de aprovizionare, contribuind la deplasarea eficientă a mărfurilor și la integrarea lanțului de aprovizionare. 	3 ore academice
Controlul stocurilor	<ul style="list-style-type: none"> • Introducere în diverse sisteme de management al stocurilor • Înțelegerea costurilor asociate cu păstrarea stocurilor, inclusiv costurile de transport, costurile de comandă și costurile de epuizare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea tipurilor de stocuri, a costurilor și a metodelor de evaluare • Înțelegerea și aplicarea valorilor de inventar și a KPI-urilor pentru a evalua și îmbunătăți performanța inventarului. 	2 ore academice

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Cumpărături	<ul style="list-style-type: none"> • Introducere în psihologia și comportamentul consumatorilor online. • Analiza motivațiilor, etapelor călătoriei de cumpărare și punctelor comune dureroase. • Elemente esențiale ale unui magazin de comerț electronic prietenos și atrăgător vizual. • Înțelegerea importanței construirii unei identități de brand puternice în peisajul comerțului electronic. • Explorarea strategiilor pentru crearea unei voci de brand unice și stabilirea încrederii. • Diverse opțiuni de transport, strategii de îndeplinire și politici de returnare. Înțelegerea impactului acestor factori asupra satisfacției clienților. • Cele mai bune practici pentru furnizarea unui serviciu excepțional pentru clienți în mediul de comerț electronic. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea demografiei și psihografiei cheie a audienței țintă. • Optimizarea magazinului pentru dispozitive mobile pentru a răspunde tendinței în creștere a comerțului mobil. • Elaborarea de strategii eficiente de comunicare pentru interacțiunea cu clienții online. • Implementarea unui sistem de suport pentru clienți receptiv pentru a răspunde prompt la întrebări. • Analizarea feedback-ului clienților și utilizarea acestuia pentru a îmbunătăți operațiunile de comerț electronic. 	<p style="text-align: center;">2 ore academice</p>

Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

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. ÎNFIINȚARE LEGALĂ

La finalul modulului, participanta va fi capabilă să:

- Aleagă structura legală cea mai potrivită pentru afacerea ei.
- Redacteze, revizuiască și negocieze contracte, acorduri și documente legale legate de afacerea ei.
- Identifice și respecte reglementările și standardele de conformitate specifice industriei.
- Înțeleagă legile și reglementările privind protecția datelor.

Pentru afacerile cu operațiuni internaționale, participantele vor fi familiarizate cu problemele legale transfrontaliere, inclusiv comerțul internațional, vamale și aspecte jurisdicționale.

Tabelul 4. Modulul 4: Configurare legală

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Configurarea legală națională	<ul style="list-style-type: none"> • O prezentare a diferitelor tipuri de entități de afaceri recunoscute de sistemul legal național. • Înțelegerea și respectarea reglementărilor naționale și locale, inclusiv a cerințelor specifice industriei și a permiselor. 	<ul style="list-style-type: none"> • O înțelegere solidă a cadrului legal național care reglementează operațiunile de afaceri în țara sau jurisdicția specifică. • Abilitatea de a gestiona obligațiile fiscale, inclusiv înțelegerea codurilor fiscale, cerințele de depunere a declarațiilor și strategiile de planificare fiscală. 	4 ore academice
Configurare legală europeană	<ul style="list-style-type: none"> • O privire de ansamblu asupra cadrului legal stabilit de Uniunea Europeană 	<ul style="list-style-type: none"> • Enumerarea altor surse de finanțare în UE. • Distingerea avantajelor și dezavantajelor implicării în proiectele UE. 	5 ore academice

Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

Informații despre resurse, ghiduri și instituții UE

Antreprenorii nu trebuie să navigheze singuri în peisajul juridic. Mai multe resurse și instituții sunt dedicate sprijinirii afacerilor:

- Sprijin pentru afaceri din UE: [European Commission – Business Support](#)
- Enterprise Europe Network (EEN): [EEN](#) oferă consiliere personalizată, cercetare de piață și servicii de potrivire pentru întreprinderile care doresc să se extindă în UE și în afara ei.
- Agențiile Naționale de Sprijin pentru Afaceri: Fiecare stat membru al UE are propriile agenții care oferă îndrumare și sprijin întreprinderilor locale. Aceste agenții pot oferi informații despre reglementările și procedurile naționale. Verificați cu agenția specifică de sprijin pentru afaceri din țara dvs.
- Camerele de comerț: Camerele de comerț locale oferă adesea resurse și servicii întreprinderilor, inclusiv asistență în procedurile de export–import, dezvoltare a afacerilor și conformitate legală.

Recomandări pentru consultații juridice și servicii de consultanță

Consultația juridică este esențială pentru antreprenori pentru a asigura conformitatea și pentru a reduce riscurile. Iată câteva recomandări:

- Angajați un consilier juridic local: Căutați un consilier juridic local cu expertiză în legile UE și naționale. Luați în considerare contactarea asociațiilor locale de avocați sau a firmelor de avocatură.
- Firme de consultanță juridică: Explorați firmele de consultanță juridică specializate în dreptul afacerilor, reglementările UE și comerțul internațional.
- Platforme de tehnologie juridică: utilizați platforme de tehnologie juridică care oferă soluții juridice rentabile, cum ar fi [LegalZoom](#) și [Rocket Lawyer](#).
- Camere de comerț și asociații de afaceri: aceste organizații au adesea departamente juridice sau parteneriate care pot oferi îndrumări membrilor lor.

Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

Site-uri web și platforme relevante pentru accesarea informațiilor juridice

Antreprenorii pot accesa informații juridice prin diverse platforme online:

- EUROPA – Business: Site-ul oficial al UE oferă informații despre reglementările UE, oportunitățile de finanțare și ghiduri practice pentru antreprenori.
- European e-Justice Portal: Acest portal oferă informații despre sistemele juridice din UE, facilitând tranzacțiile juridice transfrontaliere și soluționarea litigiilor.
- Portalul național de afaceri: fiecare stat membru al UE are de obicei un portal de afaceri oficial cu informații despre reglementările locale, impozitele și cerințele de conformitate. Căutați portalul de afaceri specific țării dvs.
- Baze de date juridice: explorați baze de date juridice care oferă acces la legislația UE, jurisprudența și textele legale, cum ar fi EUR-Lex.

Știri și reviste juridice: abonați-vă la site-uri web de știri juridice și reviste care oferă actualizări cu privire la modificările reglementărilor și interpretărilor legale. Site-uri precum Legal Week și Lexology sunt surse valoroase.

3.2.5. ABILITĂȚI DIGITALE

La finalizarea modulului, participanta va fi capabilă să:

- aibă o înțelegere solidă a conceptelor digitale fundamentale, inclusiv hardware-ul, software-ul, rețelele și internetul;
- fie conștientă de amenințările cibernetice și de cele mai bune practici pentru siguranța online, inclusiv managementul parolelor și protecția datelor;
- înțeleagă principiile fundamentale ale marketingului digital, inclusiv social media, marketingul de conținut și optimizarea motoarelor de căutare (SEO);
- fie familiarizată cu marketingul digital și să înțeleagă cum să utilizeze platformele sociale pentru promovarea și publicitatea mărcii.

Table 5. Module 5: Digital skills

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Introducerea și formarea competențelor digitale specifice	<ul style="list-style-type: none"> • O introducere în importanța abilităților digitale în lumea de azi • Instruire în instrumente și platforme de colaborare, • Introducere în tehnici de analiză de bază a datelor folosind funcțiile de foi de calcul și instrumentele de vizualizare a datelor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Să aibă o înțelegere fundamentală a conceptelor și terminologiei digitale esențiale • Să știe cum să organizeze și să gestioneze informațiile digitale eficient • Să înțeleagă elementele de bază ale marketingului digital și relevanța acestuia în peisajul digital 	3 ore academice
Bazele TIC	<ul style="list-style-type: none"> • O prezentare generală a rolului tehnologiei informației și comunicațiilor • Înțelegerea componentelor de bază ale unui computer • Familiarizarea cu sistemele de operare comune • Înțelegerea rețelelor de calculatoare • Explorarea elementelor fundamentale ale internetului, inclusiv navigarea pe web, motoarele de căutare, e-mailul și comunicarea online. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recunoașterea și utilizarea componentelor hardware de bază ale computerului și a aplicațiilor software • Înțelegerea fundamentelor rețelelor de calculatoare și rolul lor în conectivitate • Utilizarea instrumentelor și serviciilor bazate pe internet pentru recuperarea informațiilor și comunicarea online. 	3 ore academice

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Marketing digital	<ul style="list-style-type: none"> • Explorarea diverselor canale de marketing digital • Înțelegerea fundamentelor SEO • Introducere în publicitatea PPC • Strategii pentru valorificarea platformelor de social media • Instrumente de analiză web • Strategii pentru îmbunătățirea designului site-ului și a paginilor de destinație pentru a crește ratele de conversie. 	<ul style="list-style-type: none"> • O înțelegere solidă a principiilor și strategiilor de marketing digital • Utilizarea eficientă a diferitelor canale de marketing digital pentru a ajunge la audiențele țintă • Utilizarea platformelor de social media pentru promovarea mărcii, implicarea și publicitatea • Crearea și gestionarea campaniilor de publicitate PPC pentru a genera trafic și conversii. 	<p style="text-align: center;">3 ore academice</p>
Platforme online	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea sistemelor de gestionare a conținutului • Prezentarea platformelor de comerț electronic precum Shopify, WooCommerce și Magento pentru configurarea și gestionarea magazinelor online. • Introducere în platforme pentru colectarea de fonduri și proiecte de finanțare colectivă • Înțelegerea platformelor de găzduire și streaming video 	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarizarea cu o varietate de platforme și instrumente online • Configurarea și gestionarea platformelor de comerț electronic • Înțelegerea platformelor de email marketing 	<p style="text-align: center;">3 ore academice</p>

Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

Introducere în abilitățile digitale

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/>

De ce contează abilitățile digitale

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

Importanța IT în comunicare

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>



Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

Înțelegerea componentelor de bază ale unui 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>

Cum funcționează rețelele de calculatoare

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>

Marketingul digital ca și cheie pentru comerțul electronic

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/>

Stăpânirea vizibilității în comerțul electronic prin marketing digital

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

După finalizarea modulului, participanta va fi capabilă să:

- construiască relații pozitive cu clienții și colegii;
- identifice și abordeze conflictele în mod constructiv, găsind soluții prin care să beneficieze toate părțile implicate;
- își îmbunătățească abilitățile de luare a deciziilor, inteligența emoțională, gândirea critică și automotivarea;
- gestioneze stresul și mențină starea de bine în situații de presiune.

Tabelul 6. Modulul 6: Soft Skills

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Muncă în echipă	<ul style="list-style-type: none">• Înțelegerea dinamicii echipei• Rezolvarea conflictelor• Construirea încrederii• Înțelegerea rolului leadershipului în cadrul unei echipe și modul în care diferiții membri ai echipei pot contribui la funcțiile de leadership• Metode pentru luarea deciziilor în cadrul echipei, inclusiv construirea consensului și valorificarea expertizei individuale• Strategii pentru planificarea și desfășurarea ședințelor productive ale echipei.	<ul style="list-style-type: none">• Învăță să lucreze în colaborare în echipe• Identifică și rezolvă conflictele în mod constructiv• Înțelege importanța încrederii în dinamica echipei și contribuie la construirea încrederii între membrii echipei• Lucrează colectiv pentru atingerea obiectivelor echipei• Înțelege principiile leadershipului în echipă	2 ore academice

SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Comunicare	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentele comunicării • Comunicarea verbală și non-verbală • Critica constructivă • Comunicarea scrisă, interpersonală și interculturală • Abilități de vorbire în public și de prezentare • Comunicarea digitală 	<ul style="list-style-type: none"> • Învăță importanța indiciilor non-verbale precum limbajul corpului, expresiile faciale și gesturile în transmiterea mesajelor • Furnizează și primește feedback și critici constructive, conducând la creșterea personală și profesională • Excelează în comunicarea scrisă, stabilește și menține relații interpersonale pozitive • Livreză prezentări captivante și persuasive 	2 ore academice
Auto-dezvoltare	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea punctelor forte, a punctelor slabe, a valorilor și a obiectivelor prin auto-reflecție și evaluare • Managementul timpului • Motivație și gândire pozitivă • Îngrijirea de sine • Networking și construirea relațiilor 	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea inteligenței emoționale • Practicarea auto-îngrijirii pentru bunăstarea fizică și mentală • Învățarea modului eficient de gestionare a timpului și prioritizarea sarcinilor eficient 	2 ore academice



SUBIECTE	CONȚINUT	REZULTATE DE ÎNVĂȚARE	DURATĂ
Managementul stresului	<ul style="list-style-type: none"> • Explorarea a ceea ce este stresul, cauzele sale și impactul său asupra sănătății mintale și fizice • Identificarea surselor de stres • Strategii de gestionare a stresului • Importanța atingerii unui echilibru sănătos între viața profesională și cea personală 	<ul style="list-style-type: none"> • Recunoașterea importanței de a căuta sprijin atunci când stresul devine copleșitor • Practicarea mindfulness-ului și a tehnicilor de relaxare pentru a atenua stresul și anxietatea. • Creșterea conștientizării stresorilor din viața lor și a impactului potențial al acestora 	2 ore academice
Abilități de calcul și matematică	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea și interpretarea datelor prezentate în diagrame, grafice și tabele • Alfabetizare financiară • Dezvoltarea abilităților de gândire critică pentru a analiza și rezolva probleme matematice 	<ul style="list-style-type: none"> • O înțelegere de bază a conceptelor financiare și vor fi capabile să gestioneze finanțele personale mai eficient 	2 ore academice

Literatură și alte surse de informare pentru cursanți

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, 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 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

Tabelul 7. Prezentarea generală a programului

Nr.	Module de predare	Durăță (Teorie)	Durăță (Practică)	Total
1	Introducere în e-commerce	6	3	9
2	Management financiar	6	3	9
3	Managementul operațiunilor	8	4	12
4	Configurare legală	6	3	9
5	Abilități digitale	8	4	12
6	Soft skills	5	5	10
	TOTAL	39	22	61

4. CONCLUZIE

Curriculumul personalizat conceput pentru femeile antreprenoare în comerțul electronic pentru proiectul "ECOMMERCE4WOMEN" conține un set cuprinzător de module care împreună îi împuternicesc pe participanți cu cunoștințele și abilitățile esențiale necesare pentru succes în peisajul afacerilor digitale. Fiecare modul abordează aspecte critice ale antreprenoriatului, dezvoltării abilităților interpersonale și expertizei specifice domeniului.

Curriculumul reprezintă o investiție strategică în educația și împuternicirea femeilor antreprenoare în comerțul electronic. Nu numai că transmite cunoștințe specifice domeniului, dar și promovează creșterea personală și profesională necesară pentru a excela în peisajul digital competitiv. Cu aceste module, femeile antreprenoare sunt bine poziționate pentru a naviga prin provocări, a inova și a contribui la creșterea afacerilor lor și la ecosistemul mai larg al comerțului electronic.

Erasmus+ Cooperation partnerships in adult education

Project No: 2021-1-LT01-KA220-ADU-000026390

Pregătit de:



Kazimieras Simonavičius
University



APEC
advanced project education consulting



HIP
Hub of
Innovation
Policy

pistes solidaires



PAR
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
VELEUČILIŠTE

MAG | Multimedia
UNINETTUNO | Academic
Global



VAEV



**Co-funded by
the European Union**

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.

MAI MULTE INFORMAȚII LA

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