

E-COMMERCE TRAINING FOR WOMEN ENTREPRENEURS



Intellectual Output 1 (Parte 1)

Curriculum
personalizzato per
le imprenditrici in
e-commerce

2021 - 2024

INDICE DEI CONTENUTI

1 Introduzione al progetto ... 3

Perché e come ... 3

2 Analisi dei bisogni formativi delle imprenditrici in e-commerce ... 3

2.1. Revisione della letteratura ... 4

2.1.1 Panoramica sul commercio elettronico ... 4

2.1.2 Il commercio elettronico e le imprenditrici: sfide e opportunità ... 5

2.1.3 Conclusioni ... 11

2.2. Analisi dei risultati del sondaggio online ... 11

3 Curriculum personalizzato per le imprenditrici nell'e-commerce ... 15

3.1. Informazioni generali sul Programma ... 16

3.2. Moduli didattici ... 17

3.2.1. Introduzione al commercio elettronico ... 17

3.2.2. Gestione finanziaria ... 20

3.2.3. Gestione delle operazioni... 23

3.2.4. Impostazione legale ... 27

3.2.5. Competenze digitali ... 30

3.2.6. Competenze trasversali ...34

4 Conclusioni ... 38

Partner. Dichiarazione di non responsabilità sul finanziamento ... 39



1. INTRODUZIONE AL PROGETTO

Perché e come

Quando avviano e gestiscono un'impresa, le donne devono affrontare numerosi ostacoli, tra cui l'accesso ai finanziamenti, la formazione, l'accesso alle reti commerciali e la conciliazione tra vita professionale e familiare. Per affrontare questi problemi e supportare le imprenditrici, l'UE ha implementato il Piano d'azione Imprenditorialità 2020, fissando l'obiettivo di "evidenziare le opportunità per le donne". Il progetto Ecommerce4Women contribuirà a superare queste sfide facilitando l'accesso delle donne alle informazioni, sviluppando un programma di formazione dedicato alle imprenditrici, sostenendo il lavoro autonomo femminile e offrendo loro maggiori opportunità per esprimere il proprio potenziale.

2. ANALISI DEI BISOGNI FORMATIVI DELLE DONNE IMPRENDITRICI NELL'E-COMMERCE

Lo sviluppo di un curriculum personalizzato per le imprenditrici nel settore del commercio elettronico si basa sulla ricerca dei bisogni educativi del gruppo target, condotta dalle organizzazioni partner nelle fasi iniziali del progetto. Questa ricerca è stata analizzata durante l'IOI e fornisce una chiara direzione per lo sviluppo del curriculum e dei materiali formativi per i moduli educativi che ridurranno il gap di competenze delle imprenditrici e contribuiranno alle loro competenze lavorative.

2.1. REVISIONE DELLA LETTERATURA

Nelle fasi iniziali del progetto, i partner hanno condotto una revisione della letteratura che esaminava lo sviluppo storico dell'e-commerce e l'evoluzione del ruolo delle donne in questo settore. L'obiettivo principale era mettere in luce le sfide specifiche di genere che le imprenditrici possono incontrare nell'ambito dell'e-commerce, al fine di garantire che il programma di studi sia adeguato per affrontare queste sfide in modo ottimale.



2.1.1 PANORAMICA SULL'E-COMMERCE

Le radici del commercio elettronico risalgono agli anni '60, con lo sviluppo dei sistemi di scambio elettronico di dati (EDI) che permettevano alle aziende di scambiare documenti commerciali per via elettronica. Negli anni '90, l'avvento del World Wide Web e l'introduzione di sistemi di pagamento sicuri hanno dato vita allo shopping online. Nel 1995, il portale Internet Netscape.com ha pubblicato la prima pubblicità sul web, rivelando il potenziale di Internet come nuovo mezzo per la pubblicità e le vendite (Basarir-Ozel e Mardikyan, 2017). Il termine e-commerce è stato presto adottato per tutte le transazioni commerciali effettuate attraverso Internet o il Web (Laudon e Laudon, 2014).

Da allora, l'e-commerce si è evoluto in modo significativo, grazie all'ascesa dei dispositivi mobili e delle piattaforme di social media che hanno introdotto nuove tendenze e modelli di business. Nel 2021, l'e-commerce rappresentava quasi il 19% delle vendite al dettaglio a livello mondiale; si prevede che entro il 2026 il segmento online rappresenterà circa un quarto delle vendite al dettaglio totali a livello globale. In termini finanziari, si stima che il mercato globale dell'e-commerce avrà un valore di 6,3 trilioni di dollari nel 2023, con un aumento del 10,4% rispetto al 2022 (Shopify, 2022). Si prevede che la cifra supererà i 7.000 miliardi di dollari entro il 2025 (Statista, 2023).

Il commercio elettronico offre diversi vantaggi alle aziende, tra cui una maggiore portata e accessibilità, una riduzione dei costi, una migliore esperienza del cliente e una più efficace analisi dei dati. I negozi online possono raggiungere i clienti in qualsiasi parte del mondo, a qualsiasi ora del giorno, senza bisogno di negozi fisici o personale di vendita. Inoltre, l'e-commerce consente alle aziende di raccogliere dati dettagliati sui clienti, come la cronologia degli acquisti e il comportamento di navigazione, che possono essere utilizzati per personalizzare il marketing e migliorare l'esperienza del cliente.

Il futuro dell'e-commerce sarà probabilmente plasmato da diverse tendenze chiave, tra cui il mobile commerce, il social commerce e la vendita al dettaglio omnicanale. I dispositivi mobili stanno diventando il principale mezzo attraverso il quale i consumatori accedono a Internet e fanno acquisti, rendendo l'ottimizzazione per mobile essenziale per le aziende di e-commerce. Le piattaforme dei social media stanno emergendo come canali cruciali per l'e-commerce, permettendo alle aziende di raggiungere i clienti nei luoghi online in cui trascorrono già il loro tempo. Infine, la vendita al dettaglio omnicanale, che integra perfettamente le esperienze di acquisto online e offline, sta diventando sempre più importante, poiché i clienti si aspettano un'esperienza coerente su tutti i punti di contatto.

Nel complesso, il commercio elettronico ha rivoluzionato il modo in cui le aziende operano, offrendo una portata e un'accessibilità senza precedenti, costi ridotti e una migliore esperienza del cliente. Tuttavia, presenta anche sfide significative, come i rischi per la sicurezza, le complessità logistiche e l'intensa concorrenza. Per avere successo nel mondo in rapida evoluzione dell'e-commerce, le aziende dovranno essere all'avanguardia, abbracciando le nuove tendenze e tecnologie e mantenendo un approccio incentrato sul cliente.

2.1.2 L'E-COMMERCE E LE IMPRENDITRICI: SFIDE E OPPORTUNITÀ

Il commercio elettronico ha aperto nuove opportunità per le imprenditrici, permettendo loro di avviare e far crescere le proprie attività in modo più efficace. Con la crescente popolarità dello shopping online, l'e-commerce ha fornito alle imprenditrici una piattaforma per accedere a mercati più ampi, raggiungere nuovi clienti ed espandersi a livello globale. L'ascesa delle tecnologie digitali ha anche aiutato le imprenditrici a superare alcune delle barriere tradizionali nell'accesso ai finanziamenti e alle risorse. Inoltre, il commercio elettronico offre alle imprenditrici una maggiore flessibilità nella gestione delle loro attività, consentendo loro di bilanciare meglio le responsabilità lavorative e familiari.

Tuttavia, le donne imprenditrici devono ancora affrontare diverse sfide nel commercio elettronico, tra cui la necessità di competenze digitali e l'accesso alla tecnologia, la navigazione in mercati complessi e sistemi di pagamento online, e la competizione con imprese più grandi e affermate. Inoltre, pregiudizi e stereotipi di genere possono influenzare il comportamento dei consumatori, limitando la visibilità e la credibilità delle imprese femminili nel settore dell'e-commerce.

Nonostante queste sfide, è dimostrato che le imprenditrici nel settore dell'e-commerce stanno crescendo, con un contributo significativo all'economia digitale. Quella che segue è una breve panoramica dei fattori più rilevanti per le imprenditrici impegnate nell'e-commerce.

Accesso al capitale

La mancanza di accesso al capitale rappresenta un ostacolo significativo per le imprenditrici nell'avviare e far crescere le proprie aziende. Spesso, le imprenditrici incontrano difficoltà nell'ottenere forme tradizionali di finanziamento, come prestiti bancari e capitale di rischio, a causa di pregiudizi e discriminazioni sistemiche. Un'indagine condotta da Guzman e Kacperczyk (2019) ha rivelato che le donne hanno il 63% in meno di probabilità rispetto agli uomini di ottenere finanziamenti esterni in capitale di rischio, e il 65% di questo divario è attribuibile alle differenze di genere, poiché le donne hanno meno probabilità di avviare imprese che segnalano agli investitori un potenziale di crescita. La mancanza di accesso al capitale può impedire alle donne di investire nelle proprie imprese, assumere dipendenti ed espandere le proprie attività. Inoltre, le donne possono disporre di meno risorse personali, come risparmi o garanzie, su cui fare affidamento all'avvio di un'impresa. Ciò può portarle a dipendere da fonti di finanziamento informali, come amici e familiari, che potrebbero non essere in grado di fornire un capitale sufficiente per sostenere pienamente l'attività.

La mancanza di accesso al capitale può in definitiva ostacolare la crescita e il successo delle imprese a conduzione femminile e limitare i potenziali benefici economici che potrebbero derivare dalle loro attività imprenditoriali.

Le piattaforme di e-commerce possono contribuire a mitigare il problema del basso accesso al capitale fornendo un punto di ingresso a basso costo nell'imprenditoria, in quanto richiedono in genere un investimento iniziale inferiore rispetto alle imprese tradizionali. Questo può rendere più facile per le donne imprenditrici avviare e scalare le proprie attività senza bisogno di ingenti capitali. Inoltre, le piattaforme di e-commerce possono fornire l'accesso a fonti di finanziamento alternative, come il crowdfunding e il prestito peer-to-peer, che possono essere più accessibili alle donne imprenditrici che potrebbero essere discriminate dalle fonti di finanziamento tradizionali.

Un altro vantaggio del commercio elettronico rispetto alle attività di vendita al dettaglio tradizionali è la possibilità di ridurre i costi generali, rendendo l'impresa più sostenibile nel lungo periodo. Eliminando la necessità di una vetrina fisica, il commercio elettronico può ridurre significativamente i costi associati all'affitto, alla manutenzione e al personale di uno spazio commerciale. Inoltre, il passaggio al commercio elettronico può anche ridurre i costi associati alla gestione dell'inventario, consentendo alle aziende di adottare il drop-shipping o la gestione dell'inventario just-in-time, in cui i prodotti vengono spediti direttamente dal fornitore al cliente.

Il commercio elettronico può snellire anche il processo di ordine e pagamento, riducendo la necessità di lavoro manuale e i costi associati. Le piattaforme di e-commerce automatizzano gran parte dell'elaborazione degli ordini e la raccolta dei pagamenti, diminuendo la dipendenza dal lavoro manuale e consentendo alle imprese di gestire gli ordini in modo più rapido ed efficiente. Inoltre, il commercio elettronico offre alle imprese l'opportunità di accedere a una più ampia base clienti, consentendo loro di vendere i propri prodotti a clienti in diverse località geografiche senza dover affrontare costi aggiuntivi di marketing o pubblicità. Questo può essere particolarmente vantaggioso per le piccole imprese, che potrebbero non avere le risorse per intraprendere campagne pubblicitarie tradizionali. Le piattaforme di e-commerce mettono a disposizione delle imprese una vasta gamma di strumenti di marketing che possono utilizzare per promuovere i propri prodotti e servizi ai clienti. Questi strumenti possono essere altamente mirati, consentendo alle imprese di raggiungere i clienti giusti al momento giusto, senza dover affrontare costi significativi aggiuntivi. Di conseguenza, le imprenditrici possono avviare e gestire imprese con un investimento finanziario inferiore, il che può essere particolarmente vantaggioso per coloro che devono fare i conti con vincoli finanziari.

Il capitale, tuttavia, rimane un problema al di là dell'investimento iniziale come punto di ingresso all'imprenditorialità.

Ad esempio, il 47% delle imprese canadesi di proprietà di donne che sfruttano l'e-commerce ha difficoltà ad assicurarsi investimenti esterni, rispetto al 67% delle imprese di proprietà di uomini che credono sia facile assicurarsi investimenti esterni (PayPal Inc, 2018).

Aumento della portata

Il commercio elettronico può giocare un ruolo cruciale nell'espandere la portata delle imprese gestite da donne, offrendo loro una piattaforma per commercializzare i propri prodotti e servizi al di là delle comunità locali. Inoltre, può contribuire a superare le tradizionali barriere che le donne affrontano nell'accesso ai mercati, come la carenza di capitale o le norme sociali che limitano la loro mobilità.

Le piattaforme di e-commerce forniscono anche una gamma di strumenti di marketing e pubblicità che possono aiutare le donne imprenditrici a aumentare la loro visibilità e ad ampliare il loro pubblico. Uno studio commissionato da PayPal Inc. (2018) ha evidenziato che le imprenditrici che hanno sfruttato i social media e altri strumenti di marketing online hanno avuto maggiori probabilità di aumentare le vendite rispetto a coloro che non li hanno utilizzati. In particolare, il 73% delle imprenditrici intervistate che vendono prodotti e servizi online ha identificato il commercio elettronico come un fattore chiave di crescita e successo continuati.

Le imprenditrici digitali hanno identificato la disponibilità e la difficoltà a staccarsi come alcune delle principali tensioni che affrontano, insieme al compito di bilanciare gli impegni sociali e familiari (Malik, 2017). La digitalizzazione può contribuire a un aumento complessivo del lavoro e portare al fenomeno del superlavoro (Peña-Casas et al., 2018); i lavoratori con un alto grado di autonomia apparente tendono a superare i propri limiti, provocando esaurimento e danni significativi alla salute e alle relazioni personali (Pérez-Zapata et al., 2016). La ricerca ha dimostrato che un alto grado di autonomia nel modo di lavorare può comportare un elevato livello di "spillover" dal lavoro alla vita domestica, addirittura superiore al caso di orari di lavoro completamente inflessibili. Alcuni dei motivi includono la necessità di lavorare in orari non convenzionali per massimizzare il reddito, rispettare le scadenze, soddisfare le richieste dei clienti e, in generale, affrontare le sfide del bilanciamento tra vita personale e professionale. Inoltre, per le donne, il tempo trascorso non prevede netti confini tra tempo libero e attività di cura non retribuita; questo si manifesta attraverso fenomeni come la sovrapposizione (tempo libero trascorso in presenza di bambini) e la frammentazione (interruzioni del tempo libero per occuparsi dei figli) (Parlamento europeo, 2016).

Competenze digitali

Negli ultimi decenni, i progressi tecnologici hanno trasformato il modo in cui le imprese operano a livello globale

e le tecnologie digitali sono diventate sempre più importanti per gli imprenditori.

Nonostante i numerosi vantaggi di questi progressi, le imprenditrici devono ancora affrontare diverse sfide in termini di competenze digitali e TIC. Queste sfide includono la mancanza di accesso alla tecnologia, la limitata alfabetizzazione digitale, i pregiudizi di genere e le norme sociali; ciò rappresenta una delle principali barriere che le aspiranti imprenditrici devono affrontare nel contesto del lancio e della gestione di imprese online. Per questo motivo, il miglioramento delle competenze digitali delle donne e dell'accesso generale alle infrastrutture TIC è considerato una priorità fondamentale per i responsabili politici, con l'obiettivo finale di potenziare le imprenditrici e, a sua volta, stimolare la crescita economica a livello globale (Gaitan G., 2018).

Il rapporto del Gruppo di alto livello delle Nazioni Unite sull'emancipazione economica delle donne (2017) sottolinea che i telefoni cellulari e le piattaforme online si sono già dimostrati vantaggiosi per le PMI di proprietà delle donne, mettendole in contatto con i mercati, fornendo formazione e facilitando la loro azione collettiva. Tuttavia, Gaitan sottolinea anche gli studi che hanno dimostrato l'esistenza di un divario nella connettività femminile, dal momento che 1,7 miliardi di donne nei Paesi a basso e medio reddito non possiedono ancora un telefono cellulare (Santosham et al., 2015).

Dal punto di vista dell'espansione geografica, lo studio ha evidenziato che le imprenditrici mostrano una maggiore propensione a condurre attività su scala internazionale, sfruttando il potere dell'e-commerce per le loro operazioni commerciali. Il 28% delle imprese online gestite da donne vende in tutto il mondo, con il 61% che indica che le vendite internazionali hanno contribuito al successo della propria attività.

Inoltre, le piattaforme di e-commerce offrono analisi dei dati e insights sui clienti, consentendo alle imprenditrici di comprendere meglio la clientela al di là della loro comunità locale e di adattare i loro prodotti e servizi alle esigenze di questo più vasto pubblico.

Equilibrio tra lavoro e vita privata

Raggiungere un equilibrio tra lavoro e vita privata può essere una sfida per le donne che cercano di bilanciare le proprie responsabilità personali e professionali. Sebbene vi siano certamente donne motivate ad avviare un'attività imprenditoriale per ragioni simili a quelle degli uomini, come il desiderio di indipendenza e di guadagno finanziario, a differenza della maggior parte degli uomini, molte donne scelgono l'imprenditoria anche per rendere più facile bilanciare i doveri lavorativi e il potenziale di guadagno con gli impegni domestici e familiari (McGowan et al, 2012).

L'imprenditoria digitale, in particolare, è emersa come una potenziale soluzione a questo problema. Le piattaforme online offrono agli imprenditori una maggiore flessibilità nella gestione delle loro attività, in quanto possono essere gestite da qualsiasi luogo dotato di connessione a Internet, consentendo agli imprenditori di lavorare da casa o da luoghi remoti. Questa flessibilità può essere particolarmente vantaggiosa per le donne imprenditrici che devono conciliare il lavoro con altre responsabilità, come la cura dei figli o l'assistenza.

Tuttavia, sebbene le donne citino sempre più spesso la flessibilità e gli obblighi di cura dei figli come forti motivazioni per l'avvio di un'attività imprenditoriale, McGowan osserva che è stata prestata relativamente poca attenzione all'esplorazione delle loro motivazioni, aspettative ed esperienze effettive di imprenditorialità, e alla misura in cui l'imprenditorialità offre davvero un migliore equilibrio tra responsabilità professionali e personali. In particolare, l'impegno di tempo, le costanti richieste di lavoro e la necessità di bilanciare gli interessi familiari con le esigenze dell'azienda sono stati citati come le principali fonti di tensione, stress e senso di colpa nelle imprenditrici intervistate, soprattutto alla luce del fatto che le donne sono le prime a prendersi cura della casa.

L'ambiente digitale non fa che amplificare ulteriormente questo problema, poiché implica la possibilità e l'aspettativa di essere costantemente online e disponibili (Istituto europeo per l'uguaglianza di genere, 2020).

I dati raccolti dall'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (ITU) evidenziano che le donne e le ragazze rappresentano una minoranza tra i 2,7 miliardi di utenti di Internet stimati a livello mondiale. Nel 2022, il 62% degli uomini utilizzava Internet, rispetto al 57% delle donne a livello globale. Questa disparità di genere si accentua nei Paesi meno sviluppati (LDC), dove solo il 19% delle donne utilizzerà Internet nel 2020, rispetto all'86% dei Paesi sviluppati (nel 2019). Le donne dei Paesi in via di sviluppo che utilizzano Internet hanno dal 30% al 50% di probabilità in meno rispetto agli uomini di utilizzare strumenti online per aumentare il proprio reddito o partecipare alla vita pubblica (World Wide Web Foundation, 2015). Il limitato accesso a Internet, sia per motivi finanziari che per la mancanza di infrastrutture di base in alcune aree geografiche, rimane una delle principali barriere per le donne nei Paesi meno sviluppati.

Le carenze infrastrutturali non sono così diffuse nei Paesi sviluppati. Nell'Unione Europea, secondo il Women in Digital Scoreboard della Commissione europea (2021), nel 2020 l'85% delle donne ha utilizzato regolarmente Internet, rispetto all'87% degli uomini. Tuttavia, gli indicatori delle competenze digitali riflettono competenze relativamente basse: il 54% delle donne intervistate nell'UE ha almeno competenze digitali di base (rispetto al 58% degli uomini), il 29% ha competenze digitali superiori a quelle di base (33% degli uomini) e il 56% ha competenze software almeno di base (60% degli uomini) nel 2019. Si evidenzia dunque la necessità di istruzione e formazione in materia di competenze digitali.

In termini di gestione di un'attività online, ciò si riferisce a un'ampia gamma di competenze, dall'alfabetizzazione digitale e la sicurezza online a competenze più specifiche come la gestione di piattaforme e strumenti di e-commerce, i pagamenti elettronici, il marketing digitale, ecc.

Il suddetto sondaggio era parte integrante della strategia Women in Digital della Commissione europea, un quadro lanciato nel 2018 che mira a promuovere la partecipazione delle donne nel settore digitale e ad aumentare la loro rappresentanza nelle posizioni di leadership del settore. La strategia si articola in tre aree chiave: promuovere le competenze e l'istruzione digitale, sfidare gli stereotipi digitali di genere e sostenere un maggior numero di donne imprenditrici, soprattutto nelle industrie digitali.

Per promuovere il successo delle donne imprenditrici nel commercio elettronico, è fondamentale che le donne sviluppino le loro competenze digitali. I responsabili politici svolgono un ruolo chiave nel raggiungimento di questo obiettivo, fornendo formazione digitale, aumentando l'accesso alle infrastrutture digitali, promuovendo un ambiente di collaborazione, sostenendo l'imprenditoria digitale e affrontando le barriere culturali. Attuando queste misure, i responsabili politici possono contribuire rendere più eque le condizioni operative per le imprenditrici nell'e-commerce, favorendo in ultima analisi la crescita economica e lo sviluppo e creando una società più inclusiva ed equa.

2.1.3 CONCLUSIONI

Questa analisi della letteratura ha messo in luce i vantaggi, le sfide e le opportunità che l'e-commerce può offrire alle donne imprenditrici. Anche se ci sono certamente delle sfide da superare, il commercio elettronico ha il potenziale per fornire alle donne imprenditrici una maggiore flessibilità, accesso ai mercati globali e opportunità per l'imprenditoria sociale. Come tale, è un'area che merita ulteriore attenzione e sostegno per promuovere una maggiore uguaglianza di genere e l'empowerment economico delle donne.

2.2. ANALISI DEI RISULTATI DEL SONDAGGIO ONLINE

Il consorzio ha condotto un'indagine sulle esigenze formative delle donne imprenditrici utilizzando un questionario online sviluppato in inglese e tradotto nelle lingue locali. L'indagine ha affrontato i seguenti temi:

1. Determinare le principali sfide che le donne titolari d'impresa devono affrontare in ciascun Paese.
2. Identificare le competenze che le donne imprenditrici ritengono più cruciali per l'avvio e la crescita di un'impresa.
3. Identificare le competenze che mancano alle imprenditrici.

I dati completi raccolti sulle imprenditrici di Lituania, Austria, Francia, Turchia, Croazia, Romania e Italia in vari settori evidenziano un panorama di donne motivate che affrontano diverse sfide imprenditoriali. La maggior parte delle intervistate, di età compresa tra i 25 e i 64 anni, con un percorso di studi che va dal livello secondario al dottorato, si è cimentata in settori come la pubblicità, il marketing, gli alimenti e le bevande e in aree più di nicchia come le assicurazioni e la farmaceutica. Questi imprenditori perseguono la proprietà dell'azienda principalmente per l'autonomia e la passione per il proprio settore, con motivazioni profondamente radicate nella realizzazione personale e nell'indipendenza dal lavoro tradizionale.

Tra le sfide principali segnalate vi sono la garanzia di risorse finanziarie, la navigazione in leggi e regolamenti commerciali complessi e la gestione efficace della crescita aziendale. Nonostante questi ostacoli, le donne mostrano una forte propensione all'innovazione e all'espansione, puntando a migliorare significativamente la redditività e a diversificare l'offerta di prodotti o servizi entro i prossimi tre anni.

I sistemi di sostegno all'imprenditoria esistenti, tuttavia, sembrano essere insufficienti, in particolare per quanto riguarda l'offerta di risorse finanziarie accessibili e di opportunità efficaci di mentoring e networking. Le intervistate citano spesso la mancanza di formazione e supporto su misura per competenze critiche come il marketing digitale, la pianificazione strategica e la gestione finanziaria come ostacoli significativi al loro successo.

In termini di competenze, pur essendoci una solida base di abilità interpersonali e di networking, c'è una notevole richiesta di competenze operative e strategiche avanzate per gestire e far crescere meglio le loro iniziative imprenditoriali. Anche l'alfabetizzazione finanziaria e una comprensione più approfondita del mercato digitale, della cybersicurezza e della logistica sono aree da migliorare.

Gli obiettivi imprenditoriali articolati da queste donne riflettono una forte ambizione di scalare le loro attività, non solo a livello locale ma anche internazionale. Tuttavia, la realizzazione di questi obiettivi dipende dal miglioramento dell'attuale ecosistema imprenditoriale, che deve fornire un sostegno più solido in termini di istruzione, finanziamenti e opportunità di networking.

Questa analisi sottolinea la necessità di un ambiente più strutturato e di supporto che possa favorire le aspirazioni di crescita delle imprenditrici. Gli interventi raccomandati includono programmi educativi più completi e adeguati alle esigenze imprenditoriali, l'espansione delle opportunità di networking e mentorship e la riforma delle strutture di supporto finanziario per renderle più accessibili e vantaggiose per le donne in affari. Queste misure non solo affronterebbero le sfide immediate, ma sosterrrebbero anche la sostenibilità e l'espansione a lungo termine delle imprese guidate da donne.



Le donne imprenditrici spesso affrontano sfide distinte che possono ostacolare il loro progresso o la creazione delle loro imprese. Il carico mentale derivante dalla gestione delle responsabilità professionali e personali può essere notevole, in quanto spesso le imprenditrici si sforzano di mantenere un equilibrio tra lavoro e vita privata, cercando allo stesso tempo di creare e sostenere le loro aziende. Garantire un finanziamento sufficiente è un problema persistente: a volte le donne devono affrontare un maggiore controllo da parte degli investitori e hanno meno accesso al capitale. Questo ostacolo finanziario può avere un impatto non solo sul lancio, ma anche sulla crescita e sulla redditività a lungo termine delle loro imprese. Anche lo sviluppo delle competenze necessarie e della fiducia in se stesse può rappresentare un ostacolo. Le donne possono avere dubbi su se stesse o una mancanza di fiducia, che può ostacolare la loro volontà di correre rischi o di affermare la loro presenza in mercati competitivi. Inoltre, l'aspettativa della società che le donne eccellano nel multitasking può portare al burnout e compromettere la loro capacità di concentrarsi sullo sviluppo del business.

Trovare un ritmo che concili le esigenze della loro vita professionale e personale è fondamentale ma impegnativo. La pressione per ottenere buoni risultati in entrambi i settori può causare stress e ostacolare la loro capacità di prosperare professionalmente. Questi problemi sottolineano la necessità di un sostegno mirato e di risorse che affrontino le sfide specifiche delle donne imprenditrici, aiutandole a creare, far crescere e sostenere imprese di successo e a raggiungere la propria realizzazione personale.

Per rafforzare il numero e il tasso di successo delle donne imprenditrici, è necessario concentrarsi sullo sviluppo delle competenze e delle abilità chiave, oltre a fornire una formazione adeguata. L'alfabetizzazione finanziaria è essenziale per comprendere la gestione finanziaria, il budget e le opzioni di finanziamento. Queste conoscenze aiutano a prendere decisioni finanziarie migliori e a garantire gli investimenti. Un'efficace pianificazione aziendale e la formulazione di strategie sono competenze cruciali che possono essere affinate attraverso una formazione mirata, aiutando le donne a creare solidi modelli di business e piani di marketing. Anche la conoscenza dei social media e del marketing digitale può essere un vantaggio, in quanto consente alle donne di migliorare la visibilità del proprio marchio e di coinvolgere i clienti in modo efficace dal punto di vista dei costi. Le conoscenze amministrative e legali sono fondamentali per garantire la conformità alle normative e la comprensione dei diritti e degli obblighi legati alla proprietà dell'impresa. Sviluppare una solida base in materia legale e fiscale protegge l'azienda e informa la strategia. Altrettanto importanti sono le competenze trasversali come la gestione del tempo, la gestione dello stress e la fiducia in se stesse.

La formazione in queste aree può mettere le imprenditrici in condizione di gestire il proprio carico di lavoro in modo efficiente, di mantenere la motivazione e di gestire le pressioni dell'attività imprenditoriale. Le competenze di networking aiutano a creare connessioni e a trovare clienti, mentre il coaching può fornire una guida personalizzata per affrontare sfide specifiche. L'enfasi sulla sostenibilità e sulle interconnessioni può portare a pratiche aziendali più resilienti e adattabili.

Nel rispondere alle esigenze di metodi di insegnamento e formazione per gli imprenditori, i modelli ibridi e online che fondono l'apprendimento online e quello faccia a faccia sono sempre più preferiti dalle imprenditrici incontrate. Questo approccio permette di combinare l'apprendimento asincrono (in autoapprendimento) con quello sincrono (in tempo reale), offrendo flessibilità e la possibilità di lavorare secondo i propri orari, il che è più favorevole alle diverse esigenze della vita. I metodi ibridi rispondono alle esigenze di gestione operativa, in quanto consentono l'indipendenza e la gestione del tempo essenziali per le imprenditrici. La formazione online offre la flessibilità necessaria per apprendere e sviluppare le competenze senza i vincoli dei tradizionali orari d'aula, mentre gli eventi di networking in presenza facilitano il contatto umano e le connessioni con il mondo reale. Il vantaggio principale della formazione ibrida è la sua flessibilità. Offre la libertà di scegliere il luogo e l'orario di apprendimento, il che può essere particolarmente vantaggioso per chi vuole conciliare l'attività imprenditoriale con le responsabilità personali. I modelli ibridi si adattano anche ai vincoli della vita, offrendo un approccio organizzativo più personalizzato. Questa flessibilità si estende al networking, consentendo di combinare interazioni online e incontri di persona, creando un ambiente di apprendimento più dinamico e ricco. Il modello ibrido rispetta le preferenze di apprendimento e gli stili di vita individuali, rendendolo una forma di formazione efficace per gli aspiranti e gli attuali imprenditori.

Le intervistate hanno evidenziato l'importanza della diversità nel mentoring, sottolineando che il concetto di mentoring è oggi esteso oltre le forme tradizionali. Considerando le sfide contemporanee del mondo degli affari, le intervistate hanno commentato l'impatto della tecnologia sul modo in cui le donne costruiscono e mantengono le reti d'affari.



3. CURRICULUM PERSONALIZZATO PER LE IMPRENDITRICI IN E-COMMERCE

Questo capitolo illustra le caratteristiche generali del Curriculum personalizzato per imprenditrici nel settore dell'e-commerce. Il curriculum è concepito come un insieme di risultati di apprendimento (suddivisi in conoscenze, abilità e competenze) che caratterizzano il profilo di una imprenditrice del commercio elettronico.

I risultati di apprendimento EQF sono definiti come dichiarazioni di ciò che uno/a studente/ssa conosce, comprende e può fare al completamento di un processo di apprendimento, i risultati di apprendimento sono quindi definiti in termini di conoscenza, abilità e competenza, che sono intesi come segue:

- Per conoscenza si intende il risultato dell'assimilazione di informazioni attraverso l'apprendimento. La conoscenza è l'insieme di fatti, principi, teorie e pratiche relative a un campo di lavoro o di studio. Nel contesto del Quadro europeo delle qualifiche, la conoscenza è descritta come teorica e/o fattuale." .
- Per competenze si intende la capacità di applicare le conoscenze e di utilizzare il know-how per portare a termine compiti e risolvere problemi. Nel contesto del Quadro europeo delle qualifiche, le competenze sono descritte come abilità cognitive o pratiche." .
- "Per competenza si intende la comprovata capacità di utilizzare conoscenze, abilità e capacità personali, sociali e metodologiche in situazioni di lavoro o di studio e nello sviluppo professionale e/o personale. Nel contesto del Quadro europeo delle qualifiche, la competenza è descritta in termini di responsabilità e autonomia".

3.1. INFORMAZIONI GENERALI SUL PROGRAMMA

Il documento curriculare sviluppato contiene tutte le informazioni rilevanti per la creazione e l'erogazione di una formazione adeguata alle esigenze specifiche delle donne imprenditrici nel settore dell'e-commerce: la durata del programma, le competenze che i discenti acquisiranno in questo progetto, i moduli, gli argomenti dei moduli, i contenuti, i risultati dell'apprendimento, il carico di lavoro di ogni argomento, i metodi di insegnamento, la fornitura di VLE e la letteratura.

Il curriculum è stato sviluppato seguendo la procedura standard che consiste nelle seguenti fasi (attività):

1. Fase I - Pianificazione

- Necessità di identificazione

2. Fase II - Contenuti e metodi

- Definire gli obiettivi e i risultati di apprendimento
- Selezione e organizzazione dei contenuti
- Progettare metodi di insegnamento

3. Fase III - Attuazione

- Produzione della mappatura del curriculum.

4. Fase IV - Valutazione e rendicontazione

- Progettare strategie di valutazione
 - Rapporto e messa in sicurezza delle risorse
-

Il curriculum introduce e definisce le aree tematiche che rappresentano pilastri autonomi e intrinsecamente coerenti. Ognuno di questi pilastri comprende elementi interrelati di conoscenza, abilità e competenze su un campo di competenza chiave per un educatore con tale profilo. Essi sono i seguenti:

1. *Introduzione all'e-commerce*

2. *Gestione finanziaria*

3. *Gestione operativa*

4. *Assetto giuridico (per ogni Stato partner e assetto giuridico europeo)*

5. *Competenze digitali*

6. *Competenze trasversali*

La durata del programma è di 66 ore (44 ore di teoria e 22 ore di pratica).



3.2. MODULI DIDATTICI

Gli obiettivi e i risultati di apprendimento dei moduli sopra definiti saranno ulteriormente elaborati nelle sezioni successive.

3.2.1. INTRODUZIONE ALL'E-COMMERCE

Introduzione all'e-commerce è stata progettata per fornire una comprensione fondamentale dei concetti e degli elementi chiave del panorama dell'e-commerce. Contiene sotto-argomenti quali la definizione e l'ambito del business dell'e-commerce, l'evoluzione storica e lo sviluppo dell'e-commerce, i tipi di e-commerce (ad esempio, B2B e B2C) e una panoramica dei modelli di business dell'e-commerce.

Al termine del modulo, la partecipante sarà in grado di:

- Fornire una definizione chiara e concisa di e-commerce, comprendendone il concetto fondamentale e la portata.
- Comprendere lo sviluppo storico dell'e-commerce e riconoscere le principali tappe della sua evoluzione.
- Distinguere tra i diversi tipi di modelli di e-commerce, ovvero Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C) e Consumer-to-Consumer (C2C).
- Descrivere i modelli di e-commerce emergenti, come il Consumer-to-Business (C2B) e il Direct-to-Consumer (D2C).



Tabella 1. Modulo 1: Introduzione all'e-commerce

TEMI	CONTENUTO	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI STUDIO
Principali terminologie e definizioni dell'e-commerce (Tipi di modelli di commercio elettronico, piattaforme e strumenti, marketing digitale, sicurezza informatica).	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere i concetti e i principi fondamentali che regolano il commercio elettronico, comprese le transazioni elettroniche, i mercati online e i sistemi di pagamento digitale. • Esame dei termini chiave relativi alle strategie di marketing digitale, alla pubblicità online e alla privacy dei dati nel contesto del commercio elettronico. • Introduzione della terminologia essenziale relativa alle minacce alla sicurezza informatica, alle violazioni dei dati e alle normative come il GDPR (General Data Protection Regulation). • Esplorare la terminologia associata alle piattaforme di commercio elettronico, compreso l'e-commerce. • software, progettazione di siti web e gestione di negozi online. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisire una comprensione completa della terminologia e delle definizioni principali utilizzate nel campo del commercio elettronico. • Familiarizzare con la terminologia del marketing e della pubblicità legata all'e-commerce, consentendo di creare campagne di marketing online efficaci. • Comprendere la terminologia relativa alla cybersecurity e alla protezione dei dati per salvaguardare meglio le aziende online e i dati dei clienti. • Apprendere la terminologia associata alle piattaforme di e-commerce, aiutando i partecipanti a scegliere e ottimizzare gli strumenti giusti per le loro iniziative online. 	<p style="text-align: center;">9 ore</p>

Letteratura e altre fonti di informazione per gli studenti

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. GESTIONE FINANZIARIA

Dopo il completamento del Modulo, il partecipante sarà in grado di:

- condurre analisi finanziarie;
- creare budget, sviluppare previsioni finanziarie e monitorare le prestazioni finanziarie rispetto agli obiettivi;
- identificare, valutare e mitigare i rischi finanziari
- comprendere le minacce e i principi della sicurezza nell'e-commerce.

Tabella 2. Modulo 2: Gestione finanziaria

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Budgeting (gestione finanziaria)	<ul style="list-style-type: none">• Una panoramica del concetto di budgeting, della sua importanza nella gestione finanziaria e del suo ruolo nella pianificazione strategica.• Analisi dei vari tipi di budget e dei loro scopi distinti all'interno di un'organizzazione.• Tecniche di previsione finanziaria, tra cui l'analisi delle tendenze e la pianificazione degli scenari, per realizzare proiezioni di bilancio accurate.• Strategie per monitorare efficacemente i bilanci.	<ul style="list-style-type: none">• Creazione di budget completi e personalizzati in base alle esigenze e agli obiettivi specifici.• Analizzare i dati di bilancio, identificare le variazioni e prendere decisioni informate per gestire le risorse.• Comunicare le informazioni di bilancio in modo chiaro e convincente a diversi interlocutori, favorendo la comprensione dei piani finanziari.• Comprendere l'importanza delle considerazioni etiche nella stesura del bilancio e rispettare gli standard etici nella pianificazione finanziaria.	3 ore

<p>Sicurezza dell'e-commerce</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una panoramica sull'importanza della sicurezza nel commercio elettronico, evidenziando i rischi e le minacce associate alle transazioni online. • Analisi dei concetti fondamentali della sicurezza informatica, tra cui riservatezza, integrità e disponibilità. • Analisi delle minacce comuni alla sicurezza nell'e-commerce, come phishing, SQL injection e attacchi DDoS, e strategie per mitigare questi rischi. • Protezione dei siti e delle piattaforme di e-commerce, compresa la sicurezza delle applicazioni web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensione dei principi di sicurezza del commercio elettronico, delle minacce e delle migliori pratiche. • Le capacità di stabilire processi di monitoraggio e verifica della sicurezza continui per mantenere l'integrità delle operazioni di e-commerce. • Preparatevi a rispondere efficacemente agli incidenti di sicurezza, riducendo al minimo i danni potenziali e garantendo la continuità aziendale. 	<p>3 ore</p>
<p>Online payments</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un'analisi dei vari metodi di pagamento online. • Esame delle tecnologie dei gateway di pagamento e del loro ruolo nella trasmissione sicura dei pagamenti. • Strategie per individuare e prevenire le frodi nei pagamenti. • Approfondimenti sulle complessità dei pagamenti online internazionali, tra cui la conversione della valuta, i tassi di cambio e la conformità alle normative transfrontaliere. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensione completa dei vari metodi di pagamento online e dei rispettivi vantaggi e limiti. • Consapevolezza delle considerazioni legali e normative relative ai pagamenti online, garantendo la conformità alle leggi in materia. • Capacità di gestire i pagamenti transfrontalieri e di navigare nelle complessità delle transazioni online internazionali. 	<p>3 ore</p>

Letteratura e altre fonti di informazione per le studentesse

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. GESTIONE OPERATIVA

In seguito al completamento del Modulo, la partecipante sarà in grado di:

- Comprendere i principi della gestione della qualità;
- Controllare le strategie di inventario, riducendo al minimo le scorte in eccesso e assicurando la disponibilità dei prodotti quando necessario;
- Coordinarsi con i fornitori e i distributori per migliorare la logistica;
- Comprendere gli indicatori chiave di prestazione (KPI);
- Considerare i fattori ambientali e sociali nelle operazioni.



Tabella 3. Modulo 3: Gestione operativa

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Produzione	<ul style="list-style-type: none"> • Una panoramica dei processi produttivi; • Strategie per la pianificazione e il controllo delle operazioni di produzione; • Considerazione dell'integrazione della catena di fornitura nella produzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensione completa dei processi, dei sistemi e dei principi di produzione; • Pianificazione e gestione efficiente delle operazioni di produzione; • Sostenibilità ambientale nella produzione 	3 ore
Spedizione	<ul style="list-style-type: none"> • Panoramica delle modalità di spedizione • Considerazione delle strategie di stoccaggio e distribuzione, della gestione delle scorte e dell'evasione degli ordini. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensione dei fondamenti del settore navale, comprese le modalità di trasporto, le normative e la logistica. 	2 ore
Logistica	<ul style="list-style-type: none"> • Approfondimenti sulle operazioni logistiche e sulla gestione della catena di approvvigionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di gestione della logistica e della catena di approvvigionamento. 	3 ore
Controllo delle scorte	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione ai diversi sistemi di gestione dell'inventario • Comprensione dei costi associati alla gestione dell'inventario, inclusi i costi di mantenimento, i costi di ordinazione e i costi di esaurimento delle scorte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensione dei tipi di inventario, dei costi e metodi di valutazione. • Comprendere e applicare le metriche di inventario e i KPI per valutare e migliorare le prestazioni dell'inventario. 	2 academic hours
Vendita	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione alla psicologia e al comportamento dei consumatori online. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare i dati demografici e psicografici del vostro pubblico di riferimento. 	2 ore

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi delle motivazioni, delle fasi del percorso di acquisto e dei punti dolenti comuni. • Elementi essenziali di un negozio di e-commerce facile da usare e visivamente accattivante. • Comprensione dell'importanza di costruire una forte identità di marca nel panorama dell'e-commerce. • Esplorare le strategie per creare una voce unica del marchio e stabilire la fiducia nel marchio. • Diverse opzioni di spedizione, strategie di adempimento e politiche di restituzione. Comprendere l'impatto di questi fattori sulla soddisfazione dei clienti. • Le migliori pratiche per fornire un servizio clienti eccezionale nell'ambiente dell'e-commerce. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ottimizzate il vostro negozio per i dispositivi mobili per soddisfare la crescente tendenza dell'e-commerce. • Sviluppate strategie di comunicazione efficaci per interagire con i clienti online. • Implementato un sistema di assistenza clienti reattivo per rispondere prontamente alle richieste. • Analizzato il feedback dei clienti e utilizzatelo per migliorare il vostro e-commerce. 	

Letteratura e altre fonti di informazione per le studentesse

1. Come aggiustare le catene di approvvigionamento rotte
2. Ridurre al minimo la distanza tra voi e la catena di approvvigionamento
3. Gestione delle operazioni 2e Risorse per gli studenti
4. Corso gratuito - Introduzione alla gestione delle operazioni
5. Articolo - Principali funzioni della gestione operativa
6. Lettura - Introduzione alla gestione delle operazioni

3.2.4. ASPETTI LEGALI

In seguito al completamento del Modulo, la partecipante sarà in grado di:

- Scegliere la struttura giuridica più adatta alla propria attività;
- Capacità di redigere, rivedere e negoziare contratti, accordi e documenti legali relativi alla propria attività;
- Identificare le normative specifiche del settore e gli standard di conformità;
- Comprendere le leggi e le normative sulla protezione dei dati;
- Per le aziende che operano a livello internazionale, i partecipanti avranno familiarità con le questioni legali transfrontaliere, tra cui il commercio internazionale, le dogane e le questioni giurisdizionali.

Tabella 4. Modulo 4: Aspetti legali

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Struttura giuridica nazionale	<ul style="list-style-type: none"> • Una panoramica delle diverse tipologie di entità commerciali riconosciute dall'ordinamento giuridico nazionale • Comprendere e rispettare le normative nazionali e locali, compresi i requisiti e i permessi specifici del settore. 	<ul style="list-style-type: none"> • Una solida comprensione del quadro giuridico nazionale che regola le operazioni commerciali all'interno del paese o della giurisdizione specifica. • Capacità di gestire gli obblighi fiscali, compresa la comprensione dei codici fiscali e dei requisiti di archiviazione. 	4 ore
Aspetti legali Europei	<ul style="list-style-type: none"> • Una panoramica del quadro giuridico stabilito dall'Unione Europea 	<ul style="list-style-type: none"> • Elenco delle altre fonti di finanziamento nell'UE • Distinguere i vantaggi e gli svantaggi del coinvolgimento nei progetti UE 	5 ore

Letteratura e altre fonti di informazione per le studentesse

Informazioni su risorse, guide e istituzioni dell'UE

Gli imprenditori non devono navigare da soli nel panorama legale. Diverse risorse e istituzioni sono dedicate al sostegno delle imprese:

- Supporto alle imprese dell'UE: [Commissione europea – Sostegno alle imprese](#).
- Enterprise Europe Network (EEN): [EEN](#) offre consulenza personalizzata, ricerche di mercato e servizi di matchmaking per le imprese che desiderano espandersi all'interno dell'UE e oltre..
- Agenzie nazionali di sostegno alle imprese: Ogni Stato membro dell'UE ha le proprie agenzie che forniscono assistenza e supporto alle imprese locali. Queste agenzie possono offrire informazioni sulle normative.
- Camere di commercio: Le camere di commercio locali spesso forniscono risorse e servizi alle imprese, tra cui assistenza per le procedure di esportazione-importazione.

Raccomandazioni per consulenze legali e servizi di consulenza

La consulenza legale è essenziale per gli imprenditori per garantire la conformità e ridurre i rischi. Ecco alcune raccomandazioni:

- Assumere un consulente legale locale: Cercate un consulente legale locale esperto in legislazione europea e nazionale. Considerate la possibilità di contattare gli ordini degli avvocati o gli studi legali locali.
- Studi di consulenza legale: Esplora gli studi legali specializzati in diritto commerciale, normative UE e commercio internazionale.
- Piattaforme di tecnologia legale: Utilizzare piattaforme di tecnologia legale che forniscono soluzioni legali economicamente vantaggiose, come [LegalZoom](#) e [Avvocato Razzi](#)..

Letteratura e altre fonti di informazione per le studentesse

Siti web e piattaforme rilevanti per l'accesso alle informazioni legali

Gli imprenditori possono accedere alle informazioni legali attraverso varie piattaforme online:

- EUROPA – Business: Il sito web ufficiale dell'UE fornisce informazioni sulle normative europee, sulle opportunità di finanziamento e guide pratiche per gli imprenditori.
- Portale europeo della giustizia elettronica: Questo portale offre informazioni sui sistemi giuridici dell'UE, facilitando le transazioni legali transfrontaliere e la risoluzione delle controversie. Portale europeo della giustizia elettronica
- Portale commerciale nazionale: Ogni Stato membro dell'UE dispone di un portale commerciale ufficiale con informazioni sulle normative locali, sulle imposte e sui requisiti di conformità. Cercate il portale commerciale specifico del vostro Paese.
- Basi di dati legali: Esplora le banche dati giuridiche che forniscono accesso alla legislazione dell'UE, alla giurisprudenza e ai testi giuridici, come EUR-Lex.

Notizie e riviste giuridiche: Abbonatevi a siti web e riviste di notizie legali che forniscono aggiornamenti sulle modifiche alle normative e alle interpretazioni giuridiche. Siti web come Settimana Giuridica e Lessologia sono fonti preziose.

3.2.5. COMPETENZE DIGITALI

In seguito al completamento del Modulo, la partecipante sarà in grado di:

- avere una solida conoscenza dei concetti digitali fondamentali, tra cui hardware, software, reti e Internet;
- essere consapevoli delle minacce alla sicurezza informatica e delle migliori pratiche per la sicurezza online, compresa la gestione delle password e la protezione dei dati;
- comprendere i fondamenti del marketing digitale, compresi i social media, il content marketing e l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO);
- avere familiarità con il marketing digitale e capire come utilizzare le piattaforme sociali per la promozione e la pubblicità del marchio.

Tabella 5. Modulo 5: Competenze digitali

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Introduzione e formazione su competenze digitali specifiche	<ul style="list-style-type: none"> • Un'introduzione all'importanza delle competenze digitali nel mondo di oggi • Formazione su strumenti e piattaforme collaborative, • Introduzione alle tecniche di base di analisi dei dati utilizzando funzioni di foglio elettronico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Avere una conoscenza di base dei concetti e della terminologia digitale essenziale. • Saper organizzare e gestire in modo efficiente le informazioni digitali • Comprendere le basi del marketing digitale e la sua importanza nel panorama digitale. 	3 ore
Fondamenti di ITC	<ul style="list-style-type: none"> • Panoramica sul ruolo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. • Comprendere i componenti di base di un computer • Familiarità con i comuni sistemi operativi • Comprendere le reti informatiche • Analisi dei fondamenti di Internet, tra cui la navigazione sul web, i motori di ricerca, la posta elettronica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di riconoscere e utilizzare i componenti hardware e le applicazioni software di base del computer. • Comprendere i fondamenti delle reti informatiche e il loro ruolo nella connettività. • Essere abili nell'utilizzo di strumenti e servizi basati su Internet per il reperimento di informazioni e la comunicazione online. 	3 ore

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Marketing digitale	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi di vari canali di marketing digitale • Comprendere i fondamenti della SEO • Introduzione alla pubblicità PPC • Strategie per sfruttare le piattaforme dei social media • Strumenti di analisi web • Strategie per migliorare il design di siti web e landing page per aumentare i tassi di conversione. 	<ul style="list-style-type: none"> • Avere una solida comprensione dei principi e delle strategie del marketing digitale • Capacità di utilizzare efficacemente i vari canali di marketing digitale per raggiungere il pubblico di riferimento. • Saper utilizzare le piattaforme dei social media per la promozione, il coinvolgimento e la pubblicità del marchio. • Creazione e gestione di campagne pubblicitarie PPC per incrementare il traffico e le conversioni. 	3 ore
Piattaforme online	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere i sistemi di gestione dei contenuti • Panoramica delle piattaforme di e-commerce come Shopify, WooCommerce e Magento per la creazione e la gestione di negozi online. • Introduzione alle piattaforme per il crowdsourcing e ai progetti di crowdfunding • Conoscere le piattaforme di hosting e streaming video 	<ul style="list-style-type: none"> • Avere familiarità con una serie di piattaforme e strumenti online. • Saper impostare e gestire piattaforme di e-commerce • Conoscenza delle piattaforme di email marketing 	3 ore

Letteratura e altre fonti di informazione per le studentesse

Introduzione alle competenze digitali

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/>

Perché le competenze digitali sono importanti

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

L'importanza dell'informatica nella comunicazione

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>



Letteratura e altre fonti di informazione per le studentesse

Capire i componenti di base di un 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>

Come funzionano le reti computerizzate

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>

Il marketing digitale come chiave per il commercio elettronico

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/>

Padroneggiare la visibilità nel commercio elettronico attraverso il marketing digitale

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

In seguito al completamento del Modulo, la partecipante sarà in grado di:

- costruire relazioni positive con colleghi, clienti e pari
- abile nell'identificare e affrontare i conflitti in modo costruttivo, trovando soluzioni che vadano a vantaggio di tutte le parti coinvolte;
- migliorare le loro capacità decisionali, l'intelligenza emotiva, il pensiero critico e l'automotivazione;
- gestire lo stress e mantenere il benessere in situazioni di alta pressione.

Tabella 6. Modulo 6: Soft Skills

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Lavoro di squadra	<ul style="list-style-type: none">• Comprendere le dinamiche di squadra• Risoluzione dei conflitti• Costruire la fiducia• Comprendere il ruolo della leadership all'interno di un team e come i diversi membri del team possono contribuire alle funzioni di leadership.• Metodi per prendere decisioni all'interno del team, compresa la costruzione del consenso e la valorizzazione delle competenze individuali.• Strategie per pianificare e condurre riunioni di gruppo produttive.	<ul style="list-style-type: none">• Imparare a lavorare in team in modo collaborativo• Identificare e affrontare i conflitti in modo costruttivo.• Comprendere l'importanza della fiducia nelle dinamiche di gruppo e contribuire alla costruzione della fiducia tra i membri del team.• Lavorare collettivamente per raggiungere gli obiettivi del team• Comprendere i principi della leadership di gruppo	2 ore

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Comunica- zione	<ul style="list-style-type: none"> • Fondamenti di comunicazione • Comunicazione verbale e non verbale • Critica costruttiva • Comunicazione scritta, interpersonale e interculturale • Capacità di parlare in pubblico e di presentare • Comunicazione digitale 	<ul style="list-style-type: none"> • Imparare l'importanza degli indizi non verbali come il linguaggio del corpo, le espressioni facciali e i gesti per trasmettere i messaggi • Fornire e ricevere feedback e critiche costruttive in modo costruttivo, portando alla crescita personale e professionale. • Eccellere nella comunicazione scritta, stabilire e mantenere relazioni interpersonali positive. • Presentazioni coinvolgenti e persuasive 	2 ore
Autosviluppo	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere i propri punti di forza, le debolezze, i valori e gli obiettivi attraverso l'auto-riflessione e la valutazione. • Gestione del tempo • Motivazione e pensiero positivo • Cura di sé • Creazione di reti e relazioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppare l'intelligenza emotiva • Praticare la cura di sé per il benessere fisico e mentale • Imparare a gestire il tempo in modo efficiente e a stabilire le priorità dei compiti in modo efficace. 	2 ore

TEMI	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO	CARICO DI LAVORO
Gestione dello stress	<ul style="list-style-type: none"> • Esplorazione di cosa sia lo stress, delle sue cause e del suo impatto sulla salute mentale e fisica. • Identificare le fonti di stress • Strategie di coping • L'importanza di raggiungere un sano equilibrio tra lavoro e vita privata 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere l'importanza di cercare sostegno quando lo stress diventa opprimente. • Praticare tecniche di mindfulness e di rilassamento per alleviare lo stress e l'ansia. • Maggiore consapevolezza dei fattori di stress presenti nella propria vita e del loro potenziale impatto 	2 ore
Numeracy and Math skills	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere e interpretare i dati presentati in grafici, diagrammi e tabelle. • Alfabetizzazione finanziaria • Sviluppare le capacità di pensiero critico per analizzare e risolvere problemi matematici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Avranno una comprensione di base dei concetti finanziari e saranno in grado di gestire le finanze personali in modo più efficace. 	2 ore

Letteratura e altre fonti di informazione per le studentesse

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

Tabella 7. Panoramica del programma

No.	Moduli didattici	Carico di lavoro (teoria)	Carico di lavoro (pratica)	Totale
1	Introduzione all'e-commerce	6	3	9
2	Gestione finanziaria	6	3	9
3	Gestione operativa	8	4	12
4	Aspetti legali	6	3	9
5	Competenze digitali	8	4	12
6	Soft skills	5	5	10
	TOTAL	39	22	61

4. CONCLUSIONI

Il programma di studi personalizzato progettato per le donne imprenditrici nel settore dell'e-commerce per il progetto "ECOMMERCE4WOMEN" comprende una serie completa di moduli che, collettivamente, conferiscono alle partecipanti le conoscenze e le competenze essenziali per il successo nel panorama del business digitale. Ogni modulo affronta gli aspetti critici dell'imprenditorialità, dello sviluppo delle soft skills e delle competenze specifiche del settore. Il programma di studi rappresenta un investimento strategico per l'istruzione e l'empowerment delle donne imprenditrici nel settore dell'e-commerce. Non solo trasmette conoscenze specifiche del settore, ma favorisce anche la crescita personale e professionale necessaria per eccellere nel competitivo mercato digitale. Grazie a questi moduli, le imprenditrici sono ben posizionate per affrontare le sfide, innovare e contribuire alla crescita delle loro aziende e del più ampio ecosistema dell'e-commerce.

Erasmus+ Cooperation partnerships in adult education

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

Preparato da:



Kazimieras Simonavičius
University



APEC
advanced project education consulting



pistes  solidaires

MAG | Multimedia
UNINETTUNO | Academic
Global



**Co-funded by
the European Union**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

MAGGIORI INFORMAZIONI SU

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