

E-TICARET EĞİTİMİ GİRİŞİMCİ KADINLAR

Fikri Çıktı 1 (Bölüm 1)

Kadın Girişimciler İçin E-ticaret Müfredatı

2021 - 2024



İÇİNDEKİLER

1 Proje Sunumu ... 3

Neden ve nasıl? ... 3

2 Kadın Girişimcilerin E-Ticaret İhtiyaçlarının Analizi ... 4

2.1. Literatür taraması ... 4

2.1.1. E-ticaretin Genel Değerlendirmesi ... 5

2.1.2. E-ticaret ve kadın girişimciler: Zorluklar ve fırsatlar ... 5

2.1.3. Sonuçlar ... 11

2.2. Çevrimiçi Anket Sonuçlarının Analizi ... 11

3 Kadın Girişimcilere Yönelik E-Ticaret Müfredatı ... 15

3.1. Programın Genel Tanıtımı ... 15

3.2. Eğitim Modülleri ... 16

3.2.1. E-ticaretin Başlangıcı ... 17

3.2.2. Mali Yönetim ... 20

3.2.3. Operasyon Yönetimi ... 23

3.2.4. Yasal kurulum ... 27

3.2.5. Dijital Yetenekler ... 30

3.2.6. İletişim Yetenekleri (Soft skills) ...34

4 Çözüm ... 39

Ortaklar. Finansmanla ilgili sorumluluk reddi 39



1. PROJE TANITIMI

Neden ve nasıl?

Kadın girişimciler, iş kurarken ve yönetirken finansal ve bilgiye erişim, eğitim, iş ağlarına erişim ve iş-aile dengesi konularında çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. AB, kadın girişimcileri desteklemek ve bu sorunları çözmek amacıyla Girişimcilik 2020 Eylem Planını hayata geçirmiştir. Bu planın odak noktası, "kadınlara yönelik fırsatların vurgulanması" olarak belirlenmiştir. Ecommerce4Women projesi, kadınların bilgiye daha kolay erişmelerini sağlayarak ve kadın girişimcilere yönelik bir eğitim programı geliştirerek, kadınların kendi işlerini kurmalarını teşvik ederek, potansiyellerini ortaya çıkarmaları için daha iyi bir fırsat sunarak bu zorlukların üstesinden gelmeye katkıda bulunacaktır.

2. E-TİCARETTE KADIN GİRİŞİMCİLERİN EĞİTİM İHTİYAÇLARININ İNCELENMESİ

E-ticarette kadın girişimciler için özelleştirilmiş müfredatın geliştirilmesi, projenin başlangıç aşamalarında ortak kuruluşlar tarafından yürütülen hedef grubun eğitim ihtiyaçlarının araştırılmasına dayanmaktadır. Bu araştırma, IO1 aşamasında incelenmiş ve kadın girişimcilerin beceri eksikliğini azaltacak ve işle ilgili yeterliliklerine katkıda bulunacak eğitim modülleri için eğitim materyallerinin yanı sıra müfredatın geliştirilmesi için net bir yön belirlemektedir.

2.1. LİTERATÜR TARAMASI

IO1'in erken aşamalarında, ortaklar, e-ticaretin tarihsel evrimini ve kadınların sektöre katılımının gelişimini inceleyen bir literatür taraması gerçekleştirdiler. Temel hedef, kadın girişimcilerin e-ticaret sektöründe karşılaşılabileceği cinsiyete özgü zorlukları belirlemek ve müfredatın bu özel zorluklara en iyi şekilde yanıt verecek şekilde düzenlenmesini sağlamaktır.



2.1.1. E-TİCARETİN GENEL DEĞERLENDİRMESİ

E-ticaretin kökenleri, şirketlerin iş belgelerini elektronik olarak alışverişine olanak tanıyan elektronik veri değişim (EDI) sistemlerinin geliştirilmesiyle 1960'lara kadar uzanabilir. 1990'lı yıllarda World Wide Web'in ortaya çıkışı ve güvenli ödeme sistemlerinin devreye girmesi, çevrimiçi alışverişin ortaya çıkmasına yol açtı. 1995 yılında internet portalı Netscape.com, internetin yeni bir reklam ve satış aracı olarak potansiyelini gösteren ilk web reklamını yayınladı. E-ticaret terimi kısa sürede internet veya Web üzerinden gerçekleştirilen tüm ticari işlemler için kullanılmaya başlandı.

O zamandan bu yana, mobil cihazların ve sosyal medya platformlarının yükselişiyle yeni trendleri ve iş modellerini yönlendiren e-ticaret önemli ölçüde gelişti. 2021'de e-ticaret dünya çapındaki perakende satışların yaklaşık yüzde 19'unu oluşturuyordu; 2026 yılına kadar çevrimiçi segmentin toplam küresel perakende satışların yaklaşık dörtte birini oluşturacağı tahmin ediliyor. Finansal açıdan, küresel e-ticaret pazarının 2023 yılında 6,3 trilyon ABD doları değerinde olacağı tahmin edilmektedir; bu da 2022 yılına göre %10,4 artış anlamına gelmektedir. Bu rakamın 2025 yılına kadar yedi trilyon doları aşmasının beklendiği tahmin edilmektedir.

E-ticaret, işletmelere çeşitli faydalar sunar, bunlar arasında daha fazla erişim ve erişilebilirlik, düşük maliyetler, üstün müşteri deneyimi ve gelişmiş veri analitiği bulunmaktadır. Online mağazalar, dünya çapındaki müşterilere her saat erişebilme olanağı sunar, fiziksel mağazalar veya satış personeli gerektirmez. Ayrıca, e-ticaret işletmelerin müşteriler hakkında detaylı veriler toplamasına izin verir; bu veriler arasında satın alma geçmişi ve göz atma alışkanlıkları da bulunmaktadır.

E-ticaretin geleceği muhtemelen mobil ticaret, sosyal ticaret ve çok kanallı perakende dahil olmak üzere birçok temel trend tarafından şekillenecektir. Mobil cihazlar giderek tüketicilerin internete erişmesinin ve alışveriş yapmasının birincil yolu haline gelmekte ve bu durum mobil optimizasyonu e-ticaret işletmeleri için kritik hale getirmektedir. Sosyal medya platformları aynı zamanda e-ticaret için de önemli kanallar haline gelmekte ve işletmelerin müşterilere halihazırda çevrimiçi vakit geçirdikleri yerde ulaşmalarına olanak tanımaktadır. Son olarak, çevrimiçi ve çevrimdışı alışveriş deneyimlerinin kusursuz entegrasyonu olan çok kanallı perakende, müşterilerin tüm temas noktalarında tutarlı bir deneyim beklemesi nedeniyle giderek daha önemli hale gelmektedir.

E-ticaret, işletmelerin iş yapma şeklinde devrim yaratarak benzersiz erişim ve erişilebilirlik, düşük maliyetler ve gelişmiş müşteri deneyimleri sunar. Ancak, güvenlik riskleri, lojistik karmaşıklıklar ve yoğun rekabet gibi önemli zorlukları da beraberinde getirir. Başarılı olmak için işletmelerin müşteri odaklı olmaya devam etmeleri ve aynı zamanda yeni trendleri ve teknolojileri benimsemeleri gerekmektedir.

2.1.2. E-TICARET VE KADIN GİRİŞİMCİLER: ZORLUKLAR VE FIRSATLAR.

E-ticaret, kadın girişimciler için işlerini kurma ve büyütme konusunda yeni fırsatlar sunmuştur. Çevrimiçi alışverişin popülerliğinin artmasıyla birlikte e-ticaret, kadın girişimcilerin daha geniş pazarlara erişmelerini, yeni müşterilere ulaşmalarını ve işletmelerini küresel ölçekte genişletmelerini sağlayan bir platform haline gelmiştir. Dijital teknolojilerin yükselişi aynı zamanda kadın girişimcilerin finansmana ve kaynaklara erişimde karşılaştıkları bazı geleneksel engelleri aşmalarına yardımcı olmuştur. Ayrıca e-ticaret, kadın girişimcilere işlerini yönetme konusunda daha fazla esneklik sağlayarak iş ve aile sorumluluklarını daha etkili bir şekilde dengelemelerine imkan tanımıştır.

Kadın girişimciler, e-ticarette dijital beceri ve teknolojiye erişim ihtiyacıyla karşı karşıyadır. Ayrıca, cinsiyet önyargıları ve stereotipler tüketici davranışlarını etkileyebilir, kadınlara ait işletmelerin e-ticaretteki görünürlüğünü ve güvenilirliğini sınırlayabilir. Bu durum, karmaşık çevrimiçi pazarlarda gezinme, ödeme sistemlerinde rekabet etme ve yerleşik işletmelerle başa çıkma gibi zorluklarla da ilişkilidir.

Bu zorluklara rağmen, e-ticarette faaliyet gösteren kadın girişimcilerin geliştiğine ve dijital ekonomiye önemli katkılar sağladığına dair kanıtlar mevcuttur. Aşağıda e-ticaret yapan kadın girişimcileri ilgilendiren en önemli faktörlere kısa bir genel bakış sunulmaktadır.

Sermaye erişimi

Sermaye eksikliği, kadın girişimcilerin işlerini kurma ve genişletme konusunda önemli bir engeldir. Kadın girişimciler, sistemik önyargılar ve ayrımcılık nedeniyle banka kredileri ve risk sermayesi gibi geleneksel finansman biçimlerine erişimde sıklıkla zorluk yaşarlar. Guzman ve Kacperczyk (2019) tarafından yapılan bir araştırma, risk sermayesi açısından kadınların dış finansman alma olasılığının erkeklere göre %63 daha az olduğunu, aradaki farkın önemli bir kısmının (%65) ise kadınların daha az dış finansman elde etmesi nedeniyle cinsiyet farklılıklarından kaynaklandığını gösterdi. Yatırımcılara büyüme potansiyeli sinyali veren girişimler başlatmak. Sermayeye erişimdeki bu eksiklik, kadınların işlerine yatırım yapmasını, çalışanları işe almasını ve faaliyetlerini genişletmesini engelleyebilir. Ayrıca kadınların iş kurarken güvenebilecekleri tasarruf veya teminat gibi kişisel kaynakları da daha az olabilir. Bu, işi tam olarak desteklemek için yeterli sermayeyi sağlayamayabilecek arkadaşlar ve aile gibi resmi olmayan finansman kaynaklarına güvenilmesine yol açabilir.

Sermayeye erişim eksikliği, kadınlara ait işletmelerin büyümesini ve başarısını engelleyebilir, aynı zamanda kadınların girişimcilik faaliyetlerinden kaynaklanabilecek potansiyel ekonomik faydaları sınırlayabilir.

E-ticaret platformları, geleneksel işletmelere kıyasla genellikle daha düşük ön yatırım gerektirdiğinden, girişimciliğe düşük maliyetli bir giriş noktası sağlayarak sermayeye düşük erişim sorununu hafifletmeye yardımcı olabilir. Bu, kadın girişimcilerin önemli miktarda sermayeye ihtiyaç duymadan işletmelerini kurmalarını ve ölçeklendirmelerini kolaylaştırabilir. Ek olarak, e-ticaret platformları, geleneksel finansman kaynaklarından ayrımcılığa maruz kalabilecek kadın girişimciler için daha erişilebilir olabilecek kitlesel fonlama ve eşler arası borç verme gibi alternatif finansman kaynaklarına erişim sağlayabilir.

E-ticaretin geleneksel perakende satış işletmeleriyle karşılaştırıldığında bir diğer avantajı, genel giderleri düşürme ve bunun sonucunda da girişi uzun vadede daha sürdürülebilir hale getirme potansiyelidir. E-ticaret, fiziksel bir vitrin ihtiyacını ortadan kaldırarak, bir perakende alanının kiralanması, bakımı ve personel alımı ile ilgili maliyetleri önemli ölçüde azaltabilir. Ayrıca, e-ticarete geçiş, işletmelerin stoksuz satış veya ürünlerin doğrudan tedarikçiden müşteriye gönderildiği tam zamanında envanter yönetimini benimsemelerine olanak tanıyarak envanter yönetimiyle ilgili maliyetleri de azaltabilir.

E-ticaret, sipariş ve ödeme süreçlerini düzenleyerek manuel işçilik ihtiyacını ve ilgili maliyetleri azaltabilir. E-ticaret platformları, sipariş işleme ve ödeme tahsilatını otomatik hale getirerek manuel emek ihtiyacını azaltır ve işletmelerin siparişleri daha hızlı ve verimli bir şekilde işlemesine olanak tanır. Ayrıca, e-ticaret işletmelere daha geniş bir müşteri tabanına erişme imkanı sunar, ürünlerini farklı coğrafi konumlardaki müşterilere ek pazarlama veya reklam maliyeti ödmeden satmalarına olanak tanır. E-ticaret ayrıca işletmelerin daha geniş bir müşteri tabanına ulaşmasını sağlayabilir. İşletmeler, ürünlerini çevrimiçi satarak, ek pazarlama veya reklam maliyetlerine katlanmadan farklı coğrafi konumlardaki müşterilere ulaşabilir. Bu, geleneksel reklam kampanyalarına katılmak için gerekli kaynaklara sahip olmayan küçük işletmeler için özellikle faydalı olabilir. E-ticaret platformları, işletmelerin ürün ve hizmetlerini müşterilere tanıtmak için kullanabilecekleri bir dizi pazarlama aracı sunar. Bu araçlar yüksek düzeyde hedefe yönelik olabilir ve işletmelerin önemli maliyetlere katlanmadan doğru müşterilere doğru zamanda ulaşmasını sağlar; bu da işletmelerin müşteri tabanını genişletmesine ve önemli ek masraflar ödmeden gelirini artırmasına yardımcı olabilir. Sonuç olarak, kadın girişimciler daha az finansal yatırımla iş kurup yönetebiliyor, bu da özellikle finansal kısıtlamalarla karşı karşıya olanlar için avantajlı olabiliyor.

Ancak sermaye, girişimciliğe giriş noktası olarak ön yatırımın ötesinde bir sorun olmaya devam etmektedir. Örneğin, e-ticaretten faydalanan Kanadalı kadınların işletmelerinin %47'si dış yatırımı güvence altına almakta zorluk çekerken, erkeklerin işletmelerinin %67'si dış yatırımı güvence altına almanın kolay olduğuna inanmaktadır (PayPal Inc, 2018).

Artan erişim

E-ticaret, kadın girişimcilerin ürün ve hizmetlerini geniş kitlelere ulaştırarak yerel topluluk sınırlarını aşmalarına yardımcı olabilir. Aynı zamanda kadınların sermaye eksikliği ve sosyal normlar gibi geleneksel engellerle karşılaştığı pazarlara erişimini artırabilir.

Ayrıca, e-ticaret platformları, kadın girişimcilerin görünürlüklerini artırmalarına ve daha fazla müşteriye ulaşmalarına yardımcı olabilecek çeşitli pazarlama ve reklam araçları sunmaktadır. PayPal Inc. (2018) tarafından yaptırılan bir araştırma, sosyal medya ve diğer çevrimiçi pazarlama araçlarını kullanan kadın girişimcilerin, kullanmayanlara göre satışlarını artırma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya çıkardı. Özellikle, çevrimiçi ürün ve hizmet satan ankete katılan kadın girişimcilerin %73'ü, e-ticaretin sürdürülebilir büyüme ve başarı için bir faktör olduğunu vurguladı.

Coğrafi bir bakış açısından erişimin genişletilmesi, kadın girişimcilerin uluslararası iş yapmanın değerini fark etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ve ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek için e-ticaretin gücünden faydalandıklarını gösterdi. Kadınların çevrimiçi işletmelerinin %28'i uluslararası satış yapıyor ve %61'i, uluslararası satışın işletmelerinin başarısında önemli bir faktör olduğunu belirtiyor.

E-ticaret platformları, kadın girişimcilerin müşterilerini daha iyi anlamalarına ve ürünlerini ihtiyaçlara göre uyarlamalarına yardımcı olmak için veri analitiği ve müşteri içgörüsü sunar.

İş-Başarı Dengesi

İş-yaşam dengesini sağlamak, kişisel ve mesleki sorumluluklarını dengelemeye çalışan kadınlar için özellikle zorlayıcı olabilir. Bağımsızlık ve finansal kazanç arzusu gibi erkeklere benzer nedenlerle girişimciliğe katılmaya motive olan kadınlar kesinlikle mevcut olsa da, erkeklerin çoğunluğunun aksine, pek çok kadın girişimciliği özellikle iş görevlerini dengelemeyi ve potansiyel kazanmayı kolaylaştırmak için de seçiyor. ev içi ve ailevi bağlılıklar (McGowan ve diğerleri, 2012).

Özellikle dijital girişimcilik bu soruna potansiyel bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır. Çevrimiçi platformlar, internet bağlantısı olan her yerden yönetilebildikleri için girişimcilere işlerini yönetmede daha fazla esneklik sunar ve işletme sahiplerinin evden veya uzak konumlardan çalışmasına olanak tanır. Bu esneklik, işi çocuk bakımı veya bakıcılık gibi diğer sorumluluklarla dengeleyen kadın girişimciler için özellikle avantajlı olabilir.

Kadınlar, girişimci bir girişim başlatmak için esneklik ve çocuk bakımı yükümlülüklerini güçlü motivasyonlar olarak gösterse de, McGowan'a göre, kadınların motivasyonları, beklentileri ve gerçek girişimcilik deneyimleri ile girişimciliğin sunduğu fırsatlar yeterince dikkate alınmamaktadır. Mesleki ve kişisel sorumluluklar arasında daha iyi bir denge kurulması gerekmektedir. Özellikle, kadınların evdeki başlıca bakıcılar olmaları göz önüne alındığında, zaman yönetimi, sürekli iş talepleri ve aile çıkarları ile iş gereksinimleri arasında denge sağlama ihtiyacı, ankete katılan kadın girişimciler arasında temel gerilim, stres ve suçluluk kaynakları olarak belirtilmiştir.

Dijital ortam, sürekli çevrimiçi ve erişilebilir olma olasılığını ve beklentisini ima ettiğinden bu konuyu daha da büyütmektedir (Avrupa Cinsiyet Eşitliği Enstitüsü, 2020). Kadın dijital girişimciler, sosyal ve ailevi yükümlülükleri dengelemenin yanı sıra, kendilerini ulaşılabilir kılmayı ve kapatmaya çalışmayı yaşadıkları temel gerilimlerden biri olarak gösterdi (Malik, 2017). Dijitalleşme işin genel olarak yoğunlaşmasına katkıda bulunabilir ve aşırı çalışmaya yol açabilir (Peña-Casas ve diğerleri, 2018); Görünüşte yüksek düzeyde özerkliğe sahip çalışanlar sınırlarının ötesinde çalışarak tükenmekte ve sağlıklarına ve kişisel ilişkilerine ciddi şekilde zarar vermektedir (Pérez-Zapata ve diğerleri, 2016). Araştırmalar, çalışma düzenlemelerinin tam özerkliğinin, işten eve yayılmanın en yüksek dereceye yol açtığını, hatta tamamen esnek olmayan programlardan bile daha yüksek olduğunu göstermiştir. İlgili nedenlerden bazıları, geliri optimize etmek, son teslim tarihlerini karşılamak, müşteri taleplerini karşılamak ve genel olarak kişisel ve profesyonel yaşamları dengelemenin zorluklarını karşılamak için sosyal olmayan saatlerde çalışmaktır. Ayrıca kadınların zamanı, boş zamanları ile ücretsiz bakım arasında net sınırlar içermiyor; bulaşma (çocukların yanında geçirilen boş zaman) ve parçalanma (çocuklara bakmak için boş zamanların kesilmesi) gibi olgularla belirgindir (Avrupa Parlamentosu, 2016).

Dijital yetenekler ve BİT erişimi

Son birkaç on yılda, teknolojik ilerlemeler işletmelerin küresel çalışma biçimini değiştirdi ve dijital teknolojiler girişimciler için giderek daha kritik hale geldi. Kadın girişimciler, dijital beceriler ve BİT alanında çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalmaya devam ediyorlar. Bu zorluklar arasında teknolojiye erişim eksikliği, sınırlı dijital okuryazarlık, cinsiyet ayrımcılığı ve sosyal normlar bulunmaktadır. Bu durum, geleceğin vaat eden kadın girişimcilerinin çevrimiçi işletme kurma ve yönetme konusundaki temel engellerinden birini temsil etmektedir. Bu sebeple, kadınların dijital becerilerinin geliştirilmesi ve BİT altyapısına genel erişimin artırılması, politika yapımcılar için öncelikli bir konu olarak kabul edilmekte ve nihai amaç kadın girişimcilerin güçlendirilmesi ve dolayısıyla küresel ekonomik büyümeyi teşvik etmektir (Gaitan G., 2018).

Birleşmiş Milletler Kadınların Ekonomik Güçlendirme Üst Düzey Paneli'nin (2017) raporu, cep telefonları ve çevrimiçi platformların, kadınların sahibi olduğu MSME'leri pazarlara bağlayarak, eğitim sağlayarak ve kolektif eylemlerini kolaylaştırarak onlara faydalı olduğunu vurgulamaktadır. Ancak Gaitan, düşük ve orta gelirli ülkelerdeki 1,7 milyar kadının hâlâ cep telefonuna sahip olmaması nedeniyle kadınların bağlantısallığında bir boşluk olduğunu gösteren çalışmalara da dikkat çekmektedir (Santosham ve diğerleri, 2015).

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) tarafından toplanan verilere göre, dünya çapında tahmini 2,7 milyar İnternet kullanıcısının az bir kısmını kadınlar ve kızlar oluşturuyor. 2022'de erkeklerin %62'si, dünya genelinde ise kadınların %57'si internet kullanıyordu. Bu cinsiyet eşitsizliği, 2020'de kadınların yalnızca %19'unun internet kullandığı En Az Gelişmiş Ülkelerde (EAGÜ'ler) daha belirgin hale geliyor; bu oran gelişmiş dünyada (2019'da) %86'ydı. Gelişmekte olan ülkelerde İnternet kullanan kadınlar, Gelirlerini artırmak veya kamusal hayata katılmak için çevrimiçi araçları kullanma olasılığı erkeklere göre %30 ila %50 daha azdır (World Wide Web Foundation, 2015). İster finansal nedenlerden ister bazı coğrafi bölgelerdeki temel altyapı eksikliğinden olsun, düşük İnternet erişimi, EAGÜ'lerdeki kadınların önündeki en büyük engellerden biri olmaya devam ediyor.

Altyapı eksiklikleri sorunu gelişmiş ülkelerde bu kadar yaygın değildir. Avrupa Komisyonu'nun Dijital Skor Tablosunda Kadınlar (2021) raporuna göre AB'de kadınların %85'i, erkeklerin ise %87'si 2020'de interneti düzenli olarak kullandı. Bununla birlikte, dijital beceri göstergeleri nispeten düşük dijital yeterlilikleri yansıtıyor: AB genelinde ankete katılan kadınların %54'ü en azından temel dijital becerilere sahip (erkeklerin %58'i), %29'u temel dijital becerilerin üzerinde (erkeklerin %33'ü) ve %56'sı en azından temel dijital becerilere sahip 2019 itibarıyla en azından temel yazılım becerileri (erkeklerin %60'ı). Dijital beceriler konusunda eğitim ve öğretime açık bir ihtiyaç vardır; Çevrimiçi bir işi yürütme açısından bu, dijital okuryazarlık ve çevrimiçi güvenlik, e-ticaret platformlarını ve araçlarını yönetme, e-ödemeler, dijital pazarlama vb. gibi daha spesifik becerilere kadar geniş bir yelpazedeki yetkinlikleri ifade eder.

Anket, Avrupa Komisyonu'nun 2018'de başlattığı ve kadınların dijital sektöre katılımını teşvik etmeyi ve sektördeki liderlik pozisyonlarındaki temsilini artırmayı amaçlayan Dijitalde Kadınlar stratejisinin ayrılmaz bir parçasıydı. Stratejinin üç ana alanı; dijital becerileri ve eğitimi teşvik etmek, dijital cinsiyet stereotiplerine meydan okumak ve özellikle dijital endüstrilerde daha fazla kadın girişimciyi savunmaktır.

Kadın girişimcilerin dijital becerilerini geliştirmesi, e-ticaretteki başarılarını desteklemek için hayati öneme sahiptir. Politika yapımcılar, dijital altyapıya erişimi artırarak, dijital eğitim ve öğretim sağlayarak, işbirliği ortamını teşvik ederek, dijital girişimciliği destekleyerek ve kültürel engelleri ele alarak bu hedefe ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu önlemleri uygulayarak, politika yapımcılar, e-ticarette kadın girişimciler için eşit şartlar oluşturmaya yardımcı olabilir, böylece ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı teşvik ederken daha kapsayıcı ve eşitlikçi bir toplum yaratabilirler.

2.1.3. SONUÇLAR

Bu literatür taraması, e-ticaretin kadın girişimcilere sağlayabileceği faydaları, zorlukları ve fırsatları vurgulamıştır. Aşılması gereken zorluklar olmasına rağmen, e-ticaret kadın girişimcilere daha fazla esneklik, küresel pazarlara erişim ve sosyal girişimcilik fırsatları sunma potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve kadınların ekonomik olarak güçlenmesinin teşvik edilmesi için daha fazla ilgi ve desteği hak eden bir alandır.

2.2. ÇEVİRİMİÇİ ANKET SONUÇLARININ ANALIZI

Konsorsiyum, kendi geliştirdikleri İngilizce ve yerel dillere çevrilmiş çevrimiçi anket aracılığıyla kadın girişimcilerin eğitim ihtiyaçları üzerine bir araştırma gerçekleştirdi. Araştırmada şu konular ele alındı:

Her ülkede kadın girişimcilerin karşılaştığı temel zorlukları belirlemek.
Kadın işletme sahiplerinin, iş kurma ve büyütme konusunda en önemli buldukları yetkinlikleri belirlemek.
Kadın işletme sahiplerinin mevcut eksik yetkinliklerini belirlemek.

Litvanya, Avusturya, Fransa, Türkiye, Hırvatistan, Romanya ve İtalya'dan çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimciler hakkında toplanan kapsamlı veriler, çeşitli girişimcilik zorluklarının üstesinden gelen motive kadınlardan oluşan bir manzarayı vurgulamaktadır. Yaşları 25 ila 64 arasında değişen ve ortaöğretimden doktora düzeylerine kadar eğitim geçmişine sahip olan katılımcıların çoğu, Reklamcılık, Pazarlama, Yiyecek ve İçecek gibi sektörlerle ve Sigorta ve İlaç gibi daha niş alanlara yönelmiştir. Bu girişimciler, kişisel tatmine ve geleneksel istihdamdan bağımsızlığa derinden dayanan motivasyonlarla, öncelikle özerklik ve kendi alanlarına yönelik tutku için işletme sahipliği peşinde koşmaktadırlar.

Bildirilen ana zorluklar arasında finansal kaynakların güvence altına alınması, karmaşık iş kanunları ve düzenlemelerinde gezinme ve iş büyümesinin etkili bir şekilde yönetilmesi yer almaktadır. Bu engellere rağmen kadınlar, önümüzdeki üç yıl içinde kârlılığı önemli ölçüde artırmayı ve ürün veya hizmet sunumlarını çeşitlendirmeyi hedefleyerek yenilik ve genişlemeye yönelik güçlü bir eğilim sergilemektedirler.

Ancak mevcut girişimcilik destek sistemleri, özellikle erişilebilir finansal kaynaklar ve etkili mentorluk ve ağ kurma fırsatlarının sağlanması konusunda yetersiz görünmektedir. Katılımcılar sıklıkla dijital pazarlama, stratejik planlama ve finansal yönetim gibi kritik becerilere yönelik özel eğitim ve destek eksikliğini başarılarının önündeki önemli engeller olarak belirtiyor.

Beceriler açısından, kişilerarası ilişkiler ve ağ oluşturma becerilerinde güçlü bir temel olsa da, iş girişimlerini daha iyi yönetmek ve büyütmek için ileri düzey operasyonel ve stratejik yeterliliklere yönelik dikkate değer bir talep vardır. Finansal okuryazarlık ve dijital pazarlama, siber güvenlik ve lojistik konularında daha derin bir anlayış da iyileştirilmesi gereken alanlar olarak öne çıkıyor.

Bu kadınların ifade ettiği girişimci hedefler, operasyonlarını yalnızca yerel değil uluslararası düzeyde de genişletmeye yönelik güçlü bir tutkuyu yansıtmaktadır. Ancak bu hedeflerin gerçekleştirilmesi, mevcut girişimcilik ekosisteminin eğitim, finansman ve ağ oluşturma fırsatları açısından daha sağlam destek sağlayacak şekilde geliştirilmesine bağlıdır.

Bu analiz, kadın girişimcilerin büyüme isteklerini teşvik edebilecek daha yapılandırılmış ve destekleyici bir ortama olan ihtiyacın altını çizmektedir. Önerilen müdahaleler arasında girişimcilik ihtiyaçlarına göre uyarlanmış daha kapsamlı eğitim programları, ağ oluşturma ve mentorluk fırsatlarının genişletilmesi ve finansal destek yapılarında iş dünyasındaki kadınlar için daha erişilebilir ve faydalı hale getirilecek reformlar yer almaktadır. Bu adımlar yalnızca acil sorunlara çözüm bulmakla kalmayacak, aynı zamanda kadınların liderliğindeki işletmelerin uzun vadeli sürdürülebilirliğini ve genişlemesini de destekleyecektir.



Kadın girişimciler, ilerlemelerini veya kendi işlerini kurmalarını engelleyebilecek çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalabilirler. Mesleki ve kişisel sorumlulukları dengelemenin getirdiği zihinsel yük, iş-yaşam dengesini koruma çabalarıyla birlikte işlerini kurma ve sürdürme çabaları arasında denge kurmalarını zorlaştırabilir. Yeterli finansman sağlanması kalıcı bir sorun olabilir; kadınlar bazen yatırımcıların daha fazla incelemesine maruz kalabilir ve sermayeye daha az erişim sağlayabilirler. Bu mali engel, girişimlerin sadece lansmanını değil aynı zamanda büyümesini ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini de etkileyebilir. Gerekli yeterlilikleri ve özgüveni geliştirmek de bir engel olabilir. Kadınlar kendilerine güvenmekte zorlanabilir veya güven eksikliği yaşayabilir, bu da risk alma veya rekabetçi pazarlarda varlık gösterme isteklerini engelleyebilir. Ayrıca, kadınların çoklu görevlerde başarılı olmaları beklenmesi tükenmişlik hissine yol açabilir ve iş geliştirmeye odaklanma becerilerini etkileyebilir.

İş ve kişisel yaşamlarının taleplerini karşılayan bir denge bulmak son derece önemlidir, ancak bir o kadar da zorlu olabilir. Her iki alanda da yüksek performans gösterme baskısı stresi artırabilir ve profesyonel gelişimi engelleyebilir. Bu zorluklar, kadın girişimcilerin karşılaştığı belirli engelleri ele alan, başarılı işletmeler kurmalarına, büyütmelerine ve sürdürmelerine yardımcı olurken aynı zamanda kişisel tatminlerini de artıran destek ve kaynaklara olan ihtiyacı vurgular.

Kadın girişimcilerin sayısını ve başarı oranını artırmak için, temel yetkinlik ve becerilerin geliştirilmesi yanında ilgili eğitimlere odaklanılmalıdır. Finansal okuryazarlık, finansal yönetimi, bütçeleme ve finansman seçeneklerini anlamak da dahil olmak üzere önemlidir. Bu bilgi, daha iyi finansal kararlar almayı ve yatırımları güvence altına almayı destekler. Etkili iş planlaması ve strateji oluşturma, hedefe yönelik eğitimle geliştirilebilecek, kadınların sağlam iş modelleri ve pazarlama planları oluşturmalarına yardımcı olabilecek önemli becerilerdir. Sosyal medya ve dijital pazarlama alanındaki yeterlilik, kadınların markalarının görünürlüğünü artırmasına ve müşterilerle uygun maliyetli bir şekilde etkileşime geçmesine olanak tanıyarak oyunun kurallarını değiştirebilir. Yönetmeliklere uyum sağlamak ve işletme sahipliğinin hak ve yükümlülüklerini anlamak için idari ve hukuki bilgi hayati öneme sahiptir. Yasal ve mali konularda güçlü bir temel geliştirmek, işi korur ve stratejiye bilgi verir. Zaman yönetimi, stres yönetimi ve özgüven gibi sosyal beceriler de aynı derecede önemlidir. Bu alanlardaki eğitim, kadın girişimcilerin iş yüklerini verimli bir şekilde yönetmelerini, motivasyonlarını korumalarını ve girişimciliğin baskılarıyla baş etmelerini sağlayabilir. Ağ oluşturma becerileri, bağlantı kurmaya ve müşteri bulmaya yardımcı olurken, koçluk belirli zorlukların üstesinden gelmek için kişiselleştirilmiş rehberlik sağlayabilir. Sürdürülebilirliği ve ara bağlantıları vurgulamak daha dayanıklı ve uyarlanabilir iş uygulamalarına yol açabilir.

Girişimcilerin eğitim ve ğretim ihtiyaçlarını karşılarken, evrimii ve yüz yüze öğrenmeyi birleştiren hibrit ve evrimii modeller, kadın girişimciler tarafından tercih edilmektedir. Bu yaklaşım, asenkron ve senkron öğrenmeyi bir araya getirerek esneklik ve kişisel programlama imkanı sunar. Hibrit yöntemler, girişimcilerin bağımsızlığını ve zaman yönetimini destekler. Çevrimiçi eğitim, becerilerin öğrenilmesi ve geliştirilmesinde esneklik sağlarken, ağ oluşturma etkinlikleri insan iletişimini kolaylaştırır. Hibrit eğitimin önemli avantajı esnekliktir, öğrenme zamanlamasını seçme özgürlüğü sunar. Hibrit modeller, kişiselleştirilmiş bir yaklaşım sunarak öğrenme tercihlerine saygı gösterir. Bu esneklik, evrimii etkileşimlerin yüz yüze toplantılarla birleşmesine olanak tanır, daha zengin bir öğrenme ortamı sağlar. Bu model, gelecek ve mevcut girişimciler için etkili bir eğitim biçimi haline gelmektedir.

Katılımcılar, mentorlukta çeşitliliğin önemini vurgulayarak mentorluk kavramının günümüzde geleneksel biçimlerin ötesine geçtiğini belirtti. İş dünyasının ağdaş zorluklarını göz önünde bulunduran katılımcılar, teknolojinin kadınların iş ağlarını kurma ve sürdürme biçimleri üzerindeki etkisine dair yorumlarını paylaştı.



3. E-TİCARETTE KADIN GİRİŞİMCİLER İÇİN ÖZELLEŞTİRİLMİŞ MÜFREDAT

Bu kısımda, E-ticarette Kadın Girişimciler için Özelleştirilmiş Müfredat'ın genel özellikleri detaylı bir şekilde açıklanacaktır. Müfredat, bir E-ticaret girişimcisinin profilini tanımlayan çeşitli öğrenme çıktılarına (bilgi, beceri ve yeterliliklere ayrılmış) dayanmaktadır.

EQF öğrenme çıktıları, bir öğrencinin bilgi, anlayış ve yeteneklerini ifade eden ifadelerdir; bu nedenle öğrenme çıktıları, aşağıdaki şekilde anlaşılan bilgi, beceri ve yeterlilik açısından tanımlanır:

- Bilgi, öğrenme yoluyla özümsemiş bilginin sonucunu ifade eder. Bilgi, bir çalışma veya öğrenim alanıyla ilgili gerçekler, ilkeler, teoriler ve uygulamaların bütünüdür. Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi bağlamında bilgi, teorik ve/veya gerçek.
- Beceriler, görevleri yerine getirme ve sorunları çözme yeteneği olarak tanımlanır. Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi'nde beceriler, bilişsel veya pratik beceriler olarak tanımlanır.
- Yetkinlik, iş veya çalışma bağlamlarında ve mesleki ile/veya kişisel gelişimde bilgi, beceri ve kişisel, sosyal ve metodolojik yetenekleri kullanma becerisini ifade eder. Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi kapsamında yetkinlik, sorumluluk ve özerklik içerir.

3.1. PROGRAMIN GENEL TANITIMI

Geliştirilen müfredat belgesi, E-ticaretteki kadın girişimcilerin özel ihtiyaçlarına uygun yeterli bir eğitimin oluşturulması ve sunulması için gerekli tüm bilgileri içerir: program süresi, öğrencilerin bu projede kazanacağı yeterlilikler, modüller, modüllerin konuları, içerik, öğrenme çıktıları, her konunun iş yükü, öğretim yöntemleri, VLE sunumu ve literatür.

Müfredat, aşağıdaki aşamalardan oluşan standart prosedür izlenerek geliştirilmiştir:

Aşama I - Planlama

Kimlik doğrulaması gereklidir.

Aşama II - İçerik ve Yöntemler

Öğrenme hedeflerini ve çıktılarını belirlemek, İçeriğin seçilmesi ve düzenlenmesi, Öğretim yöntemlerinin planlanması.

Aşama III - Uygulama

Müfredat haritalarının hazırlanması.

Aşama IV - Değerlendirme ve raporlama

Değerlendirme stratejilerinin oluşturulması, Kaynakların raporlanması ve güvence altına alınması.

Müfredat, tematik alanları temsil eden ve doğası gereği tutarlı sütunları tanımlar ve açıklar. Her sütun, bir eğitimci için temel bir uzmanlık alanına ilişkin ilişkili bilgi, beceri ve yeterlilik öğelerini içerir. Bunlar şunlardır:

1. *E-ticaret girişi*
2. *Mali yönetim*
3. *Operasyon yönetimi*
4. *Yasal düzenleme (her bir ortak devlet ve Avrupa yasal düzenlemesi için)*
5. *Dijital yetenekler*
6. *İletişim becerileri*

Programın süresi 61 saattir (39 saat teorik, 22 saat pratik).



3.2. EĞİTİM MODÜLLERİ

Yukarıda belirtilen modüllerin öğrenme hedefleri ve sonuçları aşağıdaki bölümlerde daha detaylı bir şekilde incelenecektir.

3.2.1. E-TİCARETİN BAŞLANGICI

E-ticaret, e-ticaret ortamındaki temel kavram ve unsurların temel bir anlayışını sağlamak için oluşturulmuştur. E-ticaret işinin tanımı ve kapsamı, e-ticaretin tarihsel gelişimi ve gelişimi, e-ticaret türleri (örn. B2B ve B2C) ve e-ticaret iş modellerine genel bakış gibi alt konuları içerir.

Modülün tamamlanmasının ardından katılımcılar şunları yapabilir:

- E-ticaretin temel kavramını ve kapsamını anlayarak kısa ve açık bir tanımını yapınız.
- Anlayın ve e-ticaretin tarihsel gelişimindeki ana dönüm noktasını tanıyın.
- Farklı e-ticaret modelleri arasında işletmeden işletmeye (B2B), işletmeden Tüketicieye (B2C) ve Tüketiciden Tüketicieye (C2C) arasında ayırım yapın.
- Tüketiciden İşletmeye (C2B) ve Doğrudan Tüketicieye (D2C) gibi yeni e-ticaret modellerini açıklayınız.



Tablo 1. Modül 1: E-ticarete giriş

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
E-ticaret terminolojisi ve tanımları (E-ticaret Model Türleri, Platformlar ve Araçlar, Dijital Pazarlama, Siber Güvenlik)	<ul style="list-style-type: none">Elektronik ticareti yöneten temel kavram ve ilkeleri, çevrimiçi pazar yerleri ve dijital ödeme sistemleri de dahil olmak üzere anlamak.E-ticarete dijital pazarlama stratejileri, çevrimiçi reklamcılık ve veri gizliliği temel terimlerinin incelenmesi.Siber güvenlik tehditleri, veri ihlalleri ve GDPR gibi düzenlemelerle ilgili temel terminolojinin açıklanması.E-ticaret platformlarıyla ilişkili terminolojinin incelenmesi, e-ticaret dahil.Yazılım, web sitesi tasarımı ve çevrimiçi mağaza yönetimi.	<ul style="list-style-type: none">E-ticaret terminolojisi ve tanımlarıyla ilgili kapsamlı bir anlayış geliştirin.E-ticaret ile ilgili pazarlama ve reklam terminolojisini öğrenerek, etkili çevrimiçi pazarlama kampanyaları oluşturabilirler.Siber güvenlik ve veri koruma terminolojisini anlayarak çevrimiçi işletmeleri ve müşteri verilerini daha iyi koruyun.E-ticaret platformlarının terminolojisi hakkında bilgi edinin, böylece katılımcılar çevrimiçi girişimleri için doğru araçları seçebilir ve optimize edebilirler.	9 ders saati

öğrenciler için literatur ve diğer bilgi kaynakları .

- 1.E-Ticaret: Tarihçe, Anlam, Amaç, Özellikler, Türler, İhtiyaç, İş Uygulaması, Kanallar ve Diğer Detaylar (En son Nisan 2024'te alındı)
<https://www.ekonomiksdiscussion.net/business/e-commerce/31868>
- 2.E-Ticaret İş Modelleri: Türler ve Örnekler (Erişim tarihi: Nisan 2024)
<https://www.shopify.com/blog/business-model>
- 3.Aithal, P. S., Çeşitli E-İş ve M-İş Modelleri ve Araştırma Fırsatları Üzerine Bir İnceleme (10 Ocak 2016). Uluslararası Yönetim, BT ve Mühendislik Dergisi, Cilt 6, Sayı 1, s. 275-298, Ocak 2016, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2779175 adresinden erişildi.
- 4.AB'nin en son Nisan 2024'te aldığı yeni veri koruma yasası GDPR nedir? (AB, en son Nisan 2024'te alındı) <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
- 5.Dijital Pazarlama: Türler, Stratejiler ve En İyi Uygulamalar (Forbes Advisor, 2024. Erişim tarihi: Mart 2024) <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-digital-marketing/>
- 6.E-Ticaret Güvenliği - Tanımı, Tehditler ve En İyi Uygulamalar (Adobe, 2022. En Son Nisan 2024'te Alındı) <https://business.adobe.com/blog/basics/learn-about-ecommerce-security>

3.2.2. MALI YÖNETİM

Modülün tamamlanmasının ardından katılımcılar şunları yapabilir:

- Finansal analiz;
- Bütçeler oluşturmak, mali tahminler geliştirmek ve mali performansı hedeflere göre izlemek;
- Finansal risklerin tanımlanması, değerlendirilmesi ve azaltılması
- Anlaşılması gereken e-ticaret güvenlik tehditleri ve ilkeleri.

Tablo 2: Modül 2 - Finansal Yönetim

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Bütçeleme	<ul style="list-style-type: none">• Bütçeleme kavramının genel bir değerlendirmesi, finansal yönetimdeki önemi ve stratejik planlamadaki rolü.• Çeşitli bütçe türlerinin ve bunların bir kuruluş içindeki farklı amaçlarının incelenmesi.• Bütçe tahminlerini doğru bir şekilde yapabilmek için trend analizi ve senaryo planlamayı içeren finansal tahmin teknikleri kullanılır.• Bütçelerin etkin bir şekilde izlenmesi, sapmaların tespit edilmesi ve mali hedeflere ulaşılmasını sağlamak için düzeltici eylemlerin uygulanmasına yönelik stratejiler.	<ul style="list-style-type: none">• Belirli ihtiyaçlara ve hedeflere uygun olarak özelleştirilmiş kapsamlı bütçeler oluşturmak.• Kaynakları etkin bir şekilde yönetmek için bütçe verilerini analiz etmek, farklılıkları belirlemek ve bilinçli kararlar almak.• Bütçe bilgilerini çeşitli paydaşlara açık ve ikna edici bir şekilde ileterek finansal planların anlaşılmasını ve desteklenmesini teşvik edin.• Bütçe lemede etik hususların önemini kavrayın ve finansal planlamada etik standartları destekleyin.	3 akademik saatlik

<p>E-ticaret güvenliği</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Çevrimiçi işlemlerle ilişkili riskleri ve tehditleri vurgulayan, e-ticarete güvenin önemine genel bir bakış. • Siber güvenlikteki temel kavramların incelenmesi, gizlilik, bütünlük ve kullanılabilirlik de dahil olmak üzere. • E-ticarete sık görülen güvenlik tehditleri olan kimlik avı, SQL enjeksiyonu ve DDoS saldırıları ile bu riskleri azaltmaya yönelik stratejilerin incelenmesi. • E-ticaret web siteleri ve platformlarının güvenliğini sağlamak için web uygulaması güvenliği, güvenli kodlama uygulamaları ve sunucu güvenliği gibi önlemler alınmalıdır. 	<ul style="list-style-type: none"> • E-ticaret güvenliğinin ilkeleri, tehditleri ve en iyi uygulamalarının anlaşılması. • E-ticaret operasyonlarının bütünlüğünü korumak için sürekli güvenlik izleme ve denetim süreçleri oluşturma yetenekleri. • Güvenlik olaylarına etkili bir şekilde müdahale etmeye, olası hasarı en aza indirmeye ve iş sürekliliğini sağlamaya hazır olun. 	<p>3 akademik saatlik</p>
<p>Online ödemeler</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Çeşitli çevrimiçi ödeme yöntemlerinin incelenmesi. • Ödeme ağ geçidi teknolojilerinin incelenmesi ve ödemelerin güvenli bir şekilde iletilmesindeki rolleri. • Ödeme sahtekarlığını tespit etme ve engelleme stratejileri. • Uluslararası çevrimiçi ödemelerin karmaşıklığı, para birimi dönüşümü, döviz kurları ve sınır ötesi düzenlemelere uyum gibi konuları içerir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Çeşitli çevrimiçi ödeme yöntemlerinin avantajları ve sınırlamalarıyla ilgili kapsamlı bilgi. • Çevrimiçi ödemelerle ilgili yasal ve düzenleyici konularda farkındalık, ilgili yasalara uygunluğun sağlanması. • Sınır ötesi ödemeleri yönetme ve uluslararası çevrimiçi işlemlerin karmaşıklıklarını idare etme yeteneği. 	<p>3 akademik saatlik</p>

öğrenciler için literatur ve diğer bilgi kaynakları .

1. https://www.ibm.com/easytools/runtime/hspx/prod/public/X0029/PortalX/filedocid/196f4f7e214d6ca6e228bcd1de67b0/lpotesidiadozionedellatecnologiablockc haininambitofinanziaro_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'in Çevrimiçi Ödeme Sistemleri Üzerine Kapsamlı Bir Çalışması: Geçmiş Gelişmeler, Bugünkü Etki ve Geleceğe Yönelik Düşünceler DOI:10.14569/IJACSA.2017.080532
10. Fioriglio, G. - Elektronik ticaret ve bölgesel kalkınma. BT-yasal profiller / Fioriglio, G. - (2011), ss. 143-180.
11. Kyaw Zay Oo, "Güvenli Çevrimiçi Ödeme Sistemi için Elektronik Ödeme Ağ Geçidinin Tasarımı ve Uygulanması" makalesi, Uluslararası Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Trend Dergisi'nde (ijtsrd) yayınlanmıştır. ISSN: 2456-6470, Cilt-3, Sayı-5, Ağustos 2019, ss. 1329-1334, <https://doi.org/10.31142/ijtsrd26635>.
12. Panetta, I.C. – Leo, S., Mobil ödeme sektörü. Operasyonel özellikler ve iş modelleri, Franco Angeli, 2017.
13. Supriyati, S. – Nurfiqo, E., E-Ticarette Ödeme Ağ Geçidinin Etkinliği, EAI, 2019, <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.18-7-2019.2287932>

3.2.3. OPERASYON YÖNETİMİ

Modülün tamamlanmasının ardından katılımcılar şunları yapabilir:

- Kalite yönetimi ilkelerinin anlaşılması;
- Envanter stratejilerini denetleme, fazla stoğu azaltma ve ürünlerin gerektiğinde mevcut olmasını sağlama;
- Lojistikte daha iyi koordinasyon sağlamak için tedarikçilerle ve distribütörlerle işbirliği yapmak;
- Temel performans göstergelerini (KPI'ları) anlama;
- Operasyonlarda çevresel ve sosyal faktörleri dikkate alma.



Tablo 3: Modül. Operasyon yönetimi.

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Üretim	<ul style="list-style-type: none">• Üretim süreçlerinin genel bir değerlendirmesi;• Üretim operasyonlarının planlanması ve kontrol edilmesi için stratejiler;• Üretimde tedarik zinciri entegrasyonunun göz önünde bulundurulması	<ul style="list-style-type: none">• Üretim süreçlerinin, sistemlerinin ve ilkelerinin kapsamlı bir şekilde anlaşılması;• Üretim operasyonlarını etkin bir şekilde planlamak ve yönetmek;• Üretimde çevresel sürdürülebilirlik	3 akademik saatlik
Nakliye	<ul style="list-style-type: none">• Gönderim Modları Genel Bir Bakış• Depolama ve dağıtım stratejileri, envanter yönetimi ve sipariş yerine getirme süreçleri sevkiyat açısından önemlidir.	<ul style="list-style-type: none">• Denizcilik endüstrisinin temellerini anlamak için taşımacılık modları, düzenlemeler ve lojistik de dahil edilmelidir.	2 akademik saat boyunca.
Lojistik	<ul style="list-style-type: none">• Lojistik operasyonlara ve tedarik zinciri yönetimine dair bilgiler;	<ul style="list-style-type: none">• Lojistik ve tedarik zinciri yönetimi becerileri, verimli kargo hareketine ve tedarik zinciri entegrasyonuna katkı sağlar.	3 akademik saatlik
Stok yönetimi	<ul style="list-style-type: none">• Envanter yönetimi sistemlerine genel bir bakış• Envanter tutma maliyetlerini anlamak, taşıma maliyetleri, sipariş maliyetleri ve stokta kalma maliyetlerini içerir.	<ul style="list-style-type: none">• Envanter türlerinin, maliyetlerin ve değerlendirme yöntemlerinin kavranması• Envanter performansını değerlendirmek ve geliştirmek için envanter metriklerini ve KPI'ları anlamak ve uygulamak gereklidir.	2 akademik saat boyunca

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Alışveriş	<ul style="list-style-type: none"> • Çevrimiçi tüketicilerin psikolojisi ve davranışlarına genel bir bakış. • Motivasyonların, satın alma sürecinin aşamalarının ve ortak zorluk noktalarının analizi. • Kullanıcı dostu ve görsel olarak çekici bir e-ticaret mağazasının ana unsurları. • E-ticaret alanında güçlü bir marka kimliğinin öneminin farkına varılması. • Marka sesi oluşturma ve marka güveni stratejilerini araştırmak. • Çeşitli gönderim seçenekleri, sipariş karşılama stratejileri ve iade politikalarının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini değerlendirin. • E-ticaret alanında müşteri hizmetlerini mükemmelleştirmeye yönelik en iyi uygulamalar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hedef kitlenizin temel demografik ve psikografik özelliklerini tanımlayın. • M-ticaret trendine uyum sağlamak için mağazanızı mobil cihazlara göre optimize edin. • Müşterilerle çevrimiçi etkileşimde bulunmak için etkili iletişim stratejileri oluşturun. • Müşteri destek sisteminizi duyarlı hale getirerek soruları anında yanıtlayın. • Müşteri geri bildirimlerini analiz ederek e-ticaret operasyonunu geliştirmek için kullanın. 	2 akademik saat boyunca

öğrenciler için literatur ve diğler bilgi kaynakları .

- 1.[Tedarik Zincirlerinin Onarımı](#)
- 2.[Tedarik zincirinizle aranızdaki mesafeyi en aza indirin.](#)
- 3.[Operasyon Yönetimi 2 Öğrenci Kaynakları](#)
- 4.[Ücretsiz Operasyon Yönetimi Kursu](#)
- 5.[Makale - Operasyon yönetiminin temel işlevleri](#)
- 6.[Operasyon Yönetimine Giriş Kitabı](#)

3.2.4. YASAL KURULUM

Modülün tamamlanmasının ardından katılımcılar şunları yapabilir:

- İşletmeler için en uygun yasal yapıyı seçiniz;
- İşleriyle ilgili sözleşmeleri, anlaşmaları ve yasal belgeleri hazırlama, inceleme ve müzakere etme yeteneğine sahip;
- Sektöre özgü düzenlemeleri ve uyumluluk standartlarını belirleyin ve bunlara uyun;
- Veri koruma yasaları ve düzenlemelerini anlamak;
- Uluslararası alanda faaliyet gösteren şirketler için katılımcılar, uluslararası ticaret, gümrük ve yargı konuları da dahil olmak üzere sınır ötesi hukuki konulara aşina olacaklardır.

Tablo 4: Modül 4 Yasal Kurulum

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Ulusal yasal düzenleme	<ul style="list-style-type: none">• Ulusal hukuk sistemi tarafından tanınan ticari kuruluş türlerine genel bir bakış.• Sektöre özgü gereklilikler ve izinler de dahil olmak üzere ulusal ve yerel düzenlemelere uymak ve anlamak.	<ul style="list-style-type: none">• Belirli bir ülke veya yargı bölgesindeki ticari faaliyetleri düzenleyen ulusal yasal çerçeveye ilişkin güçlü bir anlayış.• Vergi yükümlülüklerini yönetme becerisi, vergi kanunlarını, dosyalama gerekliliklerini ve vergi planlama stratejilerini anlamayı içerir.	4 akademik saatlik
Avrupa hukuk yapısı	<ul style="list-style-type: none">• Avrupa Birliği'nin oluşturduğu yasal çerçeve hakkında genel bir inceleme	<ul style="list-style-type: none">• AB'deki finansman kaynaklarını sıralayın.• AB projelerine katılımın avantaj ve dezavantajlarını ayırt etmek.	5 akademik saatlik

Öğrenciler için literatur ve diğer bilgi kaynakları .

Kaynaklar, kılavuzlar ve AB kurumlarıyla ilgili bilgiler.

Girişimcilerin yasal ortamda tek başına ilerlemelerine gerek yoktur. Çeşitli kaynaklar ve kurumlar işletmeleri desteklemeye adanmıştır.

- AB iş desteği: Avrupa Komisyonu - İş Desteği
- Avrupa İşletme Ağı (EEN): AB içinde ve ötesinde genişlemek isteyen işletmeler için özel tavsiyeler, pazar araştırması ve eşleştirme hizmetleri sunar.
- Ulusal İşletme Destek Ajansları: Her AB üye devletin, yerel işletmelere rehberlik ve destek sağlayan kendi kurumları bulunmaktadır. Bu kurumlar ulusal düzenlemeler ve prosedürler hakkında bilgi sunabilir. Ülkenizin ticari destek ajansına başvurun.
- Ticaret Odaları: Yerel ticaret odaları genellikle işletmelere ihracat-ithalat prosedürleri, iş geliştirme ve yasal uyumluluk konularında yardım dahil olmak üzere kaynak ve hizmetler sağlar.

Hukuki danışmanlık ve danışmanlık hizmetlerine dair öneriler

Girişimcilerin uyumluluğu ve riskleri azaltmak için hukuki danışmanlık alması önemlidir. İşte bazı öneriler:

- Yerel bir hukuk danışmanı tutun: AB ve ulusal yasalar konusunda uzmanlaşmış yerel bir hukuk danışmanı arayın. Yerel baro birliklerine veya hukuk firmalarına başvurun.
- Hukuki danışmanlık şirketleri: İş hukuku, AB düzenlemeleri ve uluslararası ticaret konularında uzmanlaşmış hukuk firmalarını keşfedin.
- Hukuk teknolojisi platformları: LegalZoom ve Rocket Lawyer gibi uygun maliyetli hukuki çözümler sunan platformlardan faydalanın.
- Ticaret odaları ve iş birlikleri genellikle üyelerine rehberlik sunabilecek hukuk departmanları veya ortaklıkları bulunmaktadır.

öğrenciler için literatur ve diğler bilgi kaynakları

Hukuki bilgilere erişim için uygun web siteleri ve platformlar.

Girişimciler, çeşitli çevrimiçi platformlar aracılığıyla hukuki bilgilere erişebilirler.

- AVRUPA - İş Dünyası: AB'nin resmi web sitesi, AB düzenlemeleri, finansman fırsatları ve girişimciler için pratik kılavuzlar hakkında bilgi sunmaktadır.
- Avrupa E-Adalet Portalı, AB genelindeki hukuk sistemleri hakkında bilgi sunarak sınır ötesi hukuki işlemleri ve anlaşmazlıkların çözümünü kolaylaştırır. Avrupa E-Adalet Portalı.
- Ulusal iş portalı: Her AB üye devletinin genellikle yerel düzenlemeler, vergiler ve uyumluluk gereklilikleri hakkında bilgi içeren resmi bir iş portalı bulunmaktadır. Ülkenize özel iş portalını arayınız.
- Yasal veritabanları: AB mevzuatına, içtihat hukukuna ve EUR-Lex gibi yasal metinlere erişim sağlayan yasal veritabanlarını keşfedin.

Hukuki haberler ve dergiler: Hukuki haber web siteleri ve dergileri, düzenlemelerdeki değişiklikler ve hukuki yorumlar hakkında güncellemeler sağlar. Legal Week ve Lexology gibi web siteleri önemli kaynaklardır.



3.2.5. DIJITAL YETENEKLER

Modülün tamamlanmasının ardından katılımcılar şunları yapabilir:

- Temel dijital kavramlara ilişkin sağlam bir anlayışa sahip olmak; donanım, yazılım, ağlar ve İnternet dahil.
- Siber güvenlik tehditleri ve parola yönetimi ile veri koruma da dahil olmak üzere çevrimiçi güvenlik için en iyi uygulamaların farkında olun;
- Dijital pazarlamanın temellerini anlamak; sosyal medya, içerik pazarlaması ve arama motoru optimizasyonu (SEO) gibi konuları kapsar.
- Dijital pazarlama konusunda bilgi sahibi olun ve marka tanıtımı ile reklam için sosyal platformların nasıl kullanılacağını anlayın.

Tablo 5: Modül 5 - Dijital Yetenekler

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Belirli dijital becerilerin tanıtımı ve eğitimi	<ul style="list-style-type: none">• Dijital becerilerin günümüz dünyasındaki önemi• İşbirliği araçları ve platformları eğitimi,• Elektronik tablo işlevlerini ve veri görselleştirme araçlarını kullanarak temel veri analizi tekniklerine giriş yapılır.	<ul style="list-style-type: none">• Dijital kavramlar ve terminoloji konusunda temel bir anlayışa sahip olmak• Dijital bilgilerin etkin bir şekilde nasıl düzenleneceğini ve yönetileceğini anlamak• Dijital pazarlamanın temellerini ve dijital ortamdaki ilgisini anlayın.	3 akademik saatlik
ITC'nin Esasları	<ul style="list-style-type: none">• Bilgi teknolojisi ve iletişimin rolüne genel bir bakış• Bilgisayarın temel bileşenlerinin anlaşılması• İşletim sistemlerine genel bir anlayış• Bilgisayar ağlarının anlaşılması• İnternetin temellerini keşfetmek, web'de gezinme, arama motorları, e-posta ve çevrimiçi iletişimi içerir.	<ul style="list-style-type: none">• Bilgisayar donanım bileşenlerini ve yazılım uygulamalarını tanıma ve kullanma konusunda yetkin olmak.• Bilgisayar ağlarının temelini ve bağlantıdaki rollerini anlamak• Bilgi edinme ve çevrimiçi iletişim için internet tabanlı araç ve hizmetleri ustaca kullanın.	3 akademik saatlik

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Dijital Pazarlama	<ul style="list-style-type: none">• Dijital pazarlama kanallarının çeşitli araştırılması• SEO'nun temel prensiplerini kavramak• PPC reklamcılığına genel bakış• Sosyal medya platformlarından faydalanma stratejileri• Web analizi araçları• Web sitesi ve açılış sayfası tasarımını geliştirme stratejileriyle dönüşüm oranlarını artırma.	<ul style="list-style-type: none">• Dijital pazarlamanın ilke ve stratejilerine sağlam bir anlayışla sahip olmak.• Hedef kitlelere ulaşmak için çeşitli dijital pazarlama kanallarını etkin bir şekilde kullanma yeteneğine sahip.• Marka tanıtımı, katılımı ve reklamı için sosyal medya platformlarının etkili kullanımını öğrenin.• PPC reklam kampanyaları oluşturmak ve yönetmek, trafiği ve dönüşümleri artırmak için yapılan bir işlemdir.	3 akademik saatlik
Online platformlar	<ul style="list-style-type: none">• İçerik yönetim sistemlerinin anlaşılması• E-ticaret platformları olan Shopify, WooCommerce ve Magento gibi sistemler, çevrimiçi mağazaların kurulması ve yönetilmesi için incelenmiştir.• Kitle kaynak kullanımı ve kitle fonlaması projelerine yönelik platformlara giriş.• Video barındırma ve akış platformlarının anlaşılması	<ul style="list-style-type: none">• Çeşitli çevrimiçi platformlar ve araçlarla tanışık olun.• E-ticaret platformlarının kurulumu ve yönetimi hakkında bilgi edinin.• E-posta pazarlama platformlarının kavranması	3 akademik saatlik

Öğrenciler için literatur ve diğer bilgi kaynakları

Dijital Becerilerin Temelleri

Dijital Becerilerin Önemi ve Tanımı | Nevada Üniversitesi, Las Vegas. Erişim tarihi: 25 Ekim 2023, <https://digitalskills.unlv.edu/digital-marketing/what-are-digital-skills/> adresinden.

Dijital Becerilerin Önemi

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

Bilgi Teknolojisinin İletişimdeki Önemi

Bilgi Teknolojisi ve İletişimin Rolü. Makale Kütüphanemiz.

Tarih: 25 Ekim 2023, Kaynak: <https://www.yourarticlelibrary.com/hrm/role-of-information-teknoloji-and-communication/60303>

Bütünleşik Kariyer Bilgi ve Rehberlik Sistemi'nde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Rolü.

OECD. Alındığı tarih: 25 Ekim 2023, şu adresten:

<https://www.oecd.org/education/research/2698249.pdf>



Edebiyat ve diğer bilgi kaynakları öğrenciler için.

Bilgisayarın temel bileşenlerinin anlaşılması

Bir Bilgisayarın En Önemli 5 Bileşeni - Teknoloji Alır - HP.com Türkiye.
6 Ekim 2022. Alındığı tarih: 25 Ekim 2023, bağlantı: <https://www.hp.com/my-en/shop/tech-takes/post/most-important-computer-components>

Bilgisayar Ağları Çalışma Prensipleri Nedir?

Bilgisayar ağlarını anlamak. Eaton. Alındığı tarih: 25 Ekim 2023, şu adresten:
<https://www.eaton.com/us/en-us/products/controls-drives-automation-sensors/software/understanding-computer-networks.html>

E-Ticaret'in önemi: Dijital Pazarlama

Deepak G. E-Ticaret İşletmesi için Dijital Pazarlamanın Önemi – Dijital Katalizör. Dijital Katalizör. Alındığı tarih: 25 Ekim 2023, şu adresten:
<https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

Dijital Pazarlama ve E-Ticarette Görünürlükte Uzmanlaşmak

Deepak G. E-Ticaret İşletmesi için Dijital Pazarlamanın Önemi – Dijital Katalizör. Dijital Katalizör. Alındığı tarih: 25 Ekim 2023, şu adresten:
<https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

Davidovich, V. (t.y.). Video Barındırma Kılavuzu. Limon Animasyon Stüdyosu. Erişim tarihi: 25 Ekim 2023, <https://lemons.studio/blog/a-beginners-guide-to-video-hosting> adresinden.



3.2.6. HASSAS YETENEK

Modülün tamamlanmasının ardından katılımcılar şunları yapabilir:

- Meslektaşlar, müşteriler ve akranlarla olumlu ilişkiler kurmayı hedeflemek;
- Çatışmaları yapıcı bir şekilde tanımlama ve ele alma, ilgili tüm tarafların yararına olacak çözümler bulma konusunda becerikli;
- Karar verme becerilerini, duygusal zekalarını, eleştirel düşüncelerini ve öz motivasyonlarını geliştirecek;
- Stres yönetimi yaparak ve yüksek basınçlı durumlarda refahınızı koruyarak başa çıkın.

Tablo 6: Modül 6 - Sosyal Beceriler

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Ekip çalışması	<ul style="list-style-type: none">• Ekip dinamiklerinin anlaşılması• Çatışma çözümü• Güvenilirlik• Bir ekip içinde liderliğin rolünü ve farklı ekip üyelerinin liderlik işlevlerine nasıl katkıda bulunabileceğini anlamak.• Ekip içinde karar alma yöntemleri, fikir birliği oluşturma ve bireysel uzmanlıktan yararlanma gibi unsurları içerir.• Verimli ekip toplantılarını planlamak ve yürütmek için stratejiler.	<ul style="list-style-type: none">• Ekip halinde işbirliği yapmayı öğrenin.• Çatışmaları yapıcı bir yaklaşımla tanımlayın ve ele alın.• Ekip içi dinamiklerde güvenin önemini kavrayın ve ekip üyeleri arasında güven inşa etmeye katkıda bulunun.• Ekip, hedeflere ulaşmak için kolektif bir şekilde çalışmalıdır.• Takım liderliğinin ilkelerini kavramak	2 akademik saat boyunca

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
İletişim	<ul style="list-style-type: none"> • İletişim Temelleri • İletişim türleri: sözlü ve sözsüz. • Eleştiri • Yazılı, sözlü ve kültürel iletişim • Topluluk önünde konuşma ve sunum yetenekleri • Dijital iletişim 	<ul style="list-style-type: none"> • Mesajları iletirken beden dili, yüz ifadeleri ve jestler gibi sözel olmayan ipuçlarının önemini kavrayın. • Geri bildirim ve yapıcı eleştiri yapıcı bir şekilde sağlayın ve alın; böylece kişisel ve profesyonel gelişim desteklenir. • Yazılı iletişimde başarı elde edin, kişiler arası olumlu ilişkiler kurun ve devam ettirin. • İlgi çekici ve ikna edici sunumlar gerçekleştirin. 	2 akademik saat boyunca
Bireysel gelişim	<ul style="list-style-type: none"> • Kişinin güçlü ve zayıf yönlerini, değerlerini ve hedeflerini anlamak için kendini yansıtma ve değerlendirme yapmak önemlidir. • Zaman Yönetimi • Motivasyon ve pozitif düşünce • Bakım kendine • Ağ oluşturma ve ilişki kurma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Duygusal zekayı artırın. • Fiziksel ve zihinsel sağlık için kişisel bakım yapın. • Zamanı verimli bir şekilde yönetme ve görevleri etkili bir şekilde önceliklendirme becerilerinizi geliştirin. 	2 akademik saat boyunca

KONULAR	İÇERİK	ÖĞRENME HEDEFLERİ	İŞ YOĞUNLUĞU
Stresin Yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> • Stresin tanımı, nedenleri ve zihinsel ile fiziksel sağlık üzerindeki etkilerinin araştırılması. • Stres kaynaklarının tespiti • Stratejiler • İş-yaşam dengesinin önemi 	<ul style="list-style-type: none"> • Stres arttığında destek aramanın önemi hakkında farkındalık kazanın. • Stres ve kaygıyı azaltmak için farkındalık ve rahatlama tekniklerini kullanın. • Yaşamlarındaki stres faktörleri ve bunların olası etkileri hakkında artan farkındalık 	2 akademik saat boyunca.
Aritmetik ve Matematik yetenekleri	<ul style="list-style-type: none"> • Tablolarda, grafiklerde ve çizelgelerde sunulan verilerin anlaşılması ve yorumlanması • Finansal bilgi sahibi olma • Matematik problemlerini analiz etmek ve çözmek için eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek. 	<ul style="list-style-type: none"> • Finansal kavramlara temel bir anlayışla sahip olacaklar ve kişisel finansmanlarını daha etkili bir şekilde yönetebilecekler. 	2 akademik saat boyunca.

öğrenciler için literatur ve diğer bilgi kaynakları .

1. İletişim Nedir? [Tam Kılavuz] Yazar: Lisa-Maria Höber / Yayın Tarihi: 16 Şubat 2021, <https://www.teamazing.com/what-is-meant-by-communication/>
2. Dijital İletişim: Tanımı, Örnekleri ve Türleri, Sienna Roberts, 18 Temmuz 2023 <https://www.theknowledgeacademy.com/blog/digital-communication/>
3. Kadın Girişimciler için İşletme Bütçesi Oluşturma Yöntemleri, <https://manentcapital.com/how-to-build-a-business-budget-for-women-entrepreneurs/>, Silvia Manent, 03 Mayıs 2023
4. Gelecekteki iş piyasasının taleplerine uygun matematik eğitimi uyumu <https://www.thebusinesswomanmedia.com/math-education-alignment-for-future-job-market-demands/> 06 Ekim 2023
5. Girişimcilik Yolculuğuna Çıkmak: Start-Up'lar için En İyi Tavsiyeler, <https://www.robinwaite.com/blog/embarking-on-an-entrepreneurial-journey-top-advice-for-start-up-business-success>, Şubat 23, 2024
6. Kişisel Bakımın Önemi: Zihin, Beden ve Ruh Bakımı – Blog, https://www.ssgmi.com/resources/blog/the-importance-of-self-care-nurturing-your-mind-body-and-soul_ae1210.html, 20 Şubat 2024
7. Başarılı Ağ Oluşturma: İş Büyümesini Destekleyen İlişkiler Kurma, <https://technorely.com/insights/networking-for-success-building-relationships-that-drive-business-growth>, 4 Ekim 2023
8. 8 Kadın Girişimci Stresle Daha İyi Başa Çıkmak İçin İpuçlarını Paylaşıyor, <https://thetribecoworking.co.uk/8-female-entrepreneurs-share-their-tips-for-coping-better-with-stress/> 29 Nisan 2022
9. Başarının Yeniden Tanımlanması: İş-Yaşam Dengesi Oluşturmanın Temeli, https://www.researchgate.net/publication/251295384_Redefining_Success_The_Foundation_for_Creating_Work-Life_Balance Yazarlar: Whittington, J.Lee ve Maellaro, Rosemary ve Galpin, Timothy, 2011
10. Etkili İletişim - Başarı için Ekip Dinamiklerini Dönüştürün, <https://mindbendercoach.com/blogs/communication/the-impact-of-active-communication-on-team-dynamics>, 8 Aralık 2023 Sohini Majumder
11. Etkili Takım Dinamiklerinin Kilidi Açıldı: Wrike, <https://www.wrike.com/blog/team-dynamics-examples-best-practices/> 13 Kasım 2023

Tablo 7. Programın Genel Bakışı

HAY IR.	Eğitim modülleri	Teorik İş Yüğü	Uygulama İş Yüğü	Toplam
1	E-ticaret girişi	6	3	9
2	Finans Yönetimi	6	3	9
3	Yönetim operasyonları	8	4	12
4	Kanuni kurulum	6	3	9
5	Dijital yetenekler	8	4	12
6	Duyarlılık	5	5	10
	TOPLAM	39	22	61

4. SONUÇ

"ECOMMERCE4WOMEN" projesi için özel olarak tasarlanan e-ticaret müfredatı, kadın girişimcileri dijital iş dünyasında başarılı kılmak için gerekli temel bilgi ve becerilerle donatan kapsamlı bir modül serisinden oluşmaktadır. Her modül, girişimcilik, sosyal becerilerin geliştirilmesi ve alana özgü uzmanlık gibi kritik konuları ele almaktadır.

Müfredat, E-ticarete kadın girişimcilerin eğitimine ve güçlendirilmesine odaklanan stratejik bir yatırımdır. Sadece alana özgü bilgiler sunmakla kalmaz, aynı zamanda rekabetçi dijital pazarda üstünlük elde etmek için gerekli kişisel ve mesleki gelişimi destekler. Bu modüller, kadın girişimcilerin zorlukların üstesinden gelmelerine, yenilik yapmalarına ve işletmelerinin yanı sıra geniş E-ticaret ekosisteminin büyümesine katkıda bulunmalarına olanak tanır.

Erasmus+ İşbirliği ortaklıkları yetişkin eğitiminde.
Proje Numarası: 2021-1-LT01-KA220-ADU-000026390

Hazırlayan:



**Kazimieras Simonavičius
University**



pistes solidaires

MAG | Multimedia
UNINETTUNO | Academic
Global



PAR
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
VELEUČILIŠTE



**Co-funded by
the European Union**

Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir. Ancak ifade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği'nin veya Avrupa Eğitim ve Kültür Yürütme Ajansı'nın (EACEA) görüşlerini yansıtmayabilir. Ne Avrupa Birliği ne de EACEA bu görüşlerden sorumlu tutulamaz.

**DAHA FAZLA BILGI
BURADA BULUNABILIR.**

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