

WP2 - A9: VROUWENIN Opleiding



Table of Contents

Module 1: Inleiding tot vrouwelijk ondernemerschap	4
Educatieve inhoud	4
Hoofdstuk 2: Moeilijke uitdagingen	5
Leeractiviteiten.....	8
Module 2 Gendergelijkheid in ondernemerschapIntroduction.....	13
Educatieve inhoud	13
Leeractiviteiten.....	17
Module 3: Empowerment en ontwikkeling van digitale ondernemingsvaardigheden	18
Educatieve inhoud	19
Leeractiviteiten.....	26
Module 4: Internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven	29
Educatieve inhoud	29
Leeractiviteiten.....	35
Activiteit 3. Planning van de toegangsstrategieën tot de internationale markt.	36
Module 5: Hulpbronnenbeheer en strategische planning	37
Educatieve inhoud	38
Leeractiviteiten.....	45
Activiteit 1: Oefenen van de 2-minutenregel.....	45
Activiteit 2: Voorbereiden van de interviews.	45
Module 6: Inclusief taalgebruik en effectief Communicatie	49
Educatieve inhoud	51
Leeractiviteiten.....	55
Activiteit 2: Scenario en rollenspel	56
Module 7: Genderperspectief en transversaliteiten.....	60
Leeractiviteiten.....	67
Recommended resources	76



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Inleiding tot de WOMENIN-cursus

Tegenwoordig is het bevorderen van gendergelijkheid en inclusie essentieel geworden op alle gebieden van de samenleving. In de wereld van ondernemerschap is deze behoefte nog duidelijker. Deze training, ontwikkeld binnen het WOMENIN project, is een antwoord op deze groeiende vraag naar een meer rechtvaardige en inclusieve benadering van ondernemerschap.

Het belangrijkste doel van deze cursus is om docenten in beroepsonderwijs en -opleiding de nodige instrumenten te geven om niet alleen de technische en conceptuele aspecten van ondernemerschap aan te pakken, maar ook de specifieke uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd. Door middel van dit onderwijsprogramma zullen docenten niet alleen een diepgaand inzicht verwerven in de uitdagingen en kansen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd, maar ook essentiële competenties ontwikkelen om deze kennis effectief over te brengen.

De cursus is ontworpen met een aantal belangrijke doelstellingen in gedachten. Ten eerste is het de bedoeling het vrouwelijk ondernemerschap in zijn geheel te begrijpen, inclusief de trends, uitdagingen en kansen in verschillende landen van de Europese Unie. Daarnaast is het de bedoeling om gendergelijkheid te bevorderen, zowel in ondernemerschap als in het onderwijs, waarbij trainers in staat worden gesteld om actieve pleitbezorgers voor deze zaak te zijn. Het richt zich ook op het integreren van het genderperspectief in een transversale benadering in alle fasen van het trainingsproces en in de cursusinhoud.

De cursus is ook gericht op het ontwikkelen van inclusieve communicatievaardigheden en op het voorbereiden van trainers op het spelen van een sleutelrol in de training van vrouwelijke ondernemers, door hen de vaardigheden en het vertrouwen te geven om de cursisten te begeleiden en te ondersteunen. Tot slot richt de cursus zich op de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven, waarbij een globale visie op ondernemerschap wordt gestimuleerd.

Daarom is deze training van 7 modules ontworpen met de bedoeling ervoor te zorgen dat trainers in beroepsonderwijs en -opleiding volledig voorbereid zijn om de specifieke uitdagingen van vrouwelijk ondernemerschap aan te pakken en aanjagers van verandering te worden voor vrouwelijke ondernemers in heel Europa.

Door middel van een consistente structuur en format, evenals gespecialiseerde modules ontwikkeld door elk van de projectpartners, biedt deze cursus een totale leerervaring die trainers zal uitrusten met

de kennis en vaardigheden die nodig zijn om vrouwelijke ondernemers te begeleiden en te bekrachtigen in hun ondernemerstraject.

In de volgende secties duiken we in de veelzijdige wereld van vrouwelijk ondernemerschap, waarbij we onderwerpen verkennen variërend van gendergelijkheid en digitale ondernemingsvaardigheden tot internationalisatiestrategieën, managementtechnieken, inclusief taalgebruik en de integratie van genderperspectieven in verschillende domeinen.

WOMENIN Cursus



Module 1

Inleiding tot vrouwelijk ondernemerschap

Module 1: Inleiding tot vrouwelijk ondernemerschap

Inleiding

Deze training is ontworpen om trainers in beroepsonderwijs en -opleidingen te voorzien van de kennis, hulpmiddelen en middelen die nodig zijn om effectief onderwijs in ondernemerschap te geven en vrouwen te ondersteunen bij het realiseren van hun ambities als ondernemer. Door een inclusieve en ondersteunende leeromgeving te creëren, kunnen we vrouwen in staat stellen barrières te overwinnen, hun potentieel te ontplooiën, hun persoonlijke doelen te bereiken en te gedijen als ondernemers.

Vrouwelijke ondernemers staan voor andere uitdagingen dan mannelijke ondernemers, en misschien wel grotere. In deze training gaan we dieper in op een aantal van de belangrijkste uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd, zodat u als trainer deze uitdagingen kent en klaar bent om de kennis over te dragen en uw cursisten te ondersteunen bij het overwinnen ervan.

Specifieke doelstellingen

In deze module geven we je een korte introductie in de wereld van vrouwelijke ondernemers en de specifieke uitdagingen, zodat docenten in beroepsonderwijs en -opleidingen klaar zijn om vrouwen te ondersteunen bij hun voorbereiding op de uitdagingen waarmee ze geconfronteerd worden. In deze module vind je concrete uitdagingen voor vrouwelijke ondernemers op hun weg naar succes. Als trainer of opleider kun je deze materialen gebruiken om hun kans op succes te vergroten.

Deze module biedt ook een reeks praktische oefeningen die je in de klas kunt gebruiken om vrouwelijke ondernemers te helpen hun vaardigheden te verbeteren, zodat ze de uitdagingen op hun professionele pad aankunnen.

Educatieve inhoud

Hoofdstuk 1: Inleiding tot vrouwelijk ondernemerschap

Wie is een vrouwelijke ondernemer? Een van de definities van vrouwelijke ondernemer is een vrouw of een groep vrouwen die een georganiseerde onderneming start en runt..

“Vrouwelijke ondernemers zijn vrouwen die een zakelijke activiteit innoveren, initiëren of overnemen” Schumpeter

“Elke vrouw of groep vrouwen die een economische activiteit innoveert, initieert of overneemt, kan vrouwelijke ondernemer worden genoemd.”

Frederick Harbison

Wereldwijd wordt meer dan een derde van de bedrijfsinitiatieven op basis van ondernemerschap geleid door vrouwen (GEM 2022/23). Met dat in gedachten moet je als ondernemerschapstrainer of bedrijfstrainer in gedachten houden dat er een aantal verschillen zijn tussen mannelijke en vrouwelijke ondernemers. Die komen vooral tot uiting in factoren als motivatie. Het is belangrijk om te begrijpen dat de meeste vrouwen hun eigen onderneming starten uit noodzaak, gerelateerd aan economische factoren of behoefte aan autonomie en dat hun startkapitaal en middelen in veel gevallen schaars zijn (Moore, 1997).

De meeste ondernemers die aan hun ondernemerstraject beginnen, hebben:

- Lage inkomens,
- Beperkte voorzieningen,
- Gezin.
- Dat brengt een aantal uitdagingen met zich mee:
- Familie is niet altijd ondersteunend.
- Het verkrijgen van financiële middelen is een grote uitdaging (aanzienlijk meer dan voor hun mannelijke collega's), vooral in het begin.
- Velen van hen hebben geen relevante bedrijfsopleiding en training.
- Gebrek aan werkkapitaal, wat zich vaak vertaalt in kleine marges.
- Vrouwelijke ondernemers
- Zijn hardwerkend wat duurzaamheid en groei van het bedrijf bevordert.
- Verkiezen zekerheid boven groei.
- Verkiezen stabiliteit boven risico.

Deze factoren onderscheiden vrouwelijk ondernemerschap en zullen een invloed hebben op het ondernemerschapspad, de prestaties en de kans op succes bij vrouwen die zakelijk georiënteerd zijn. Opleiders en trainers die vrouwelijke ondernemers willen ondersteunen, moeten hiermee rekening houden. Maar je moet er rekening mee houden dat sommige van deze uitdagingen kunnen verschillen van land tot land, afhankelijk van sociale en culturele achtergronden en andere lokale factoren. Je moet dus aandacht hebben voor je lokale bijzonderheden en bereid zijn om je begeleiding aan te passen aan je specifieke cursisten, hun middelen, omstandigheden en motivatie om het ondernemerschap aan te gaan (Demneri, 2023).

Hoofdstuk 2: Moeilijke uitdagingen

Er zijn meer moeilijke uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd op hun weg naar het ondernemerschap, omdat ze vaak buiten de controle van de ondernemer liggen en diep verankerd zijn in de omgeving.

Sommige daarvan zijn vooral moeilijk te overwinnen door diepgewortelde sociale of professionele overtuigingen en houdingen. Als je vrouwelijke ondernemers ondersteunt, moet je klaar staan om hen te helpen deze moeilijkheden te herkennen, te begrijpen en te omzeilen, zodat ze niet zoveel moeite hebben om ze te overwinnen of niet falen als ondernemer als gevolg van deze factoren die ze vaak niet in de hand hebben. Inzicht in de realiteit zal hun kans op succes vergroten.

Enkele van die lastigere barrières zijn:

- - **Toegang tot financiering:** Moeilijkheden bij het verkrijgen van startkapitaal of investeringen voor het opstarten van hun bedrijf als gevolg van gendervooroordelen in de investeringsgemeenschap.
 - - **Gebrek aan netwerken:** Beperkte toegang tot professionele netwerken en mentorschapskansen, die cruciaal zijn voor het verwerven van kennis en steun in het ondernemerschap.
 - - **Gendervooroordelen:** geconfronteerd worden met stereotypen en vooroordelen die hun geloofwaardigheid en potentieel als ondernemers ondermijnen en hun vermogen om investeerders en klanten aan te trekken beïnvloeden.
 - - **Balans tussen werk en privéleven:** Moeite om de eisen van het starten van een bedrijf in evenwicht te brengen met gezinsverantwoordelijkheden en andere persoonlijke verplichtingen.
 - - **Toegang tot middelen:** Moeilijkheden om toegang te krijgen tot middelen zoals betaalbare werkruimte, technologie en bedrijfsondersteunende diensten.
 - - **Barrières voor markttoegang:** Problemen bij het betreden van door mannen gedomineerde industrieën of industrieën waarin vrouwen ondervertegenwoordigd zijn, waaronder toegang tot distributiekkanalen en inkoopmogelijkheden.
 - - **Zelftwijfel en vertrouwensproblemen:** Omgaan met zelftwijfel en imposter syndroom, wat hun vermogen om risico's te nemen en kansen na te streven kan belemmeren.
 - - **Wettelijke en regelgevende hindernissen:** Het omgaan met complexe juridische en regelgevende vereisten, die onevenredig veel gevolgen kunnen hebben voor vrouwelijke ondernemers, vooral in regio's met gendergebonden wetten of beleid.
- **Beperkte rolmodellen:** Gebrek aan zichtbare vrouwelijke rolmodellen en leiders in ondernemerschap, waardoor het voor vrouwen moeilijker is om zichzelf als succesvolle ondernemers voor te stellen.

- **Culturele en maatschappelijke verwachtingen:** Geconfronteerd worden met maatschappelijke en culturele verwachtingen met betrekking tot de rollen en verantwoordelijkheden van vrouwen, wat hen kan ontmoedigen om ondernemerschap na te streven of leiderschapsposities in te nemen.

Sommige van deze moeilijkheden en erkenningen in de zakenwereld van vrouwen overlappen en sluiten aan bij de moeilijkheden en erkenningen die in het vorige hoofdstuk zijn beschreven. In het volgende hoofdstuk zullen we enkele van deze onderwerpen behandelen en tips geven hoe ermee om te gaan. Andere onderwerpen zullen verder behandeld worden in de training (Moore, 1997).

Hoofdstuk 3: Belemmeringen voor markttoegang, toegang tot middelen en financiering

De barrières waarmee vrouwen te maken krijgen bij het betreden van de “zakelijke markt” kunnen variëren afhankelijk van de sector, regio en specifieke omstandigheden. Enkele veelvoorkomende barrières voor vrouwelijke ondernemers om de markt te betreden zijn echter:

- **Toegang tot startkapitaal:** de meeste vrouwen bootstrappen hun bedrijf langzaam en moeizaam, dit komt omdat het moeilijk is om in het begin van hun reis verzekerd te zijn van investeringen of financiering.

- **Beperkte netwerken en connecties:** vrouwen hebben een beperkter of sociaal beperkt zakelijk netwerk, wat leidt tot een grotere uitdaging bij het opbouwen van professionele netwerken en connecties. Die connecties zijn cruciaal om toegang te krijgen tot inzichten in de sector, mentorschapskansen en potentiële klanten. Dit kleinere netwerk vermindert ook hun vermogen om distributiekanaalen en andere markten te vinden en er toegang toe te krijgen, vooral in sectoren waar mannelijke ondernemers de sector leiden.

- **Gebrek aan zichtbaarheid en erkenning:** vrouwelijke ondernemers hebben moeite om zichtbaarheid en erkenning te krijgen in markten waar ze ondervertegenwoordigd zijn en sociaal “er niet bijhoren”, wat hun groeipotentieel beperkt.

Jij, als trainer in beroepsonderwijs en -opleiding, moet deze barrières begrijpen en een manier vinden om de vrouwelijke ondernemers te helpen er doorheen te navigeren en attent en gevoelig te zijn voor de verschillende soorten drukte en/of markt, je aanpak en instructies moeten dienovereenkomstig worden aangepast (Elam, 2023).

Hoofdstuk 4: Wettelijke en regelgevende hindernissen

In dit hoofdstuk gaan we in op de regelgevings- en nalevingsvereisten, die op zich al een extra uitdaging vormen, meer bepaald in regio's waar er nog steeds gendervooroordelen bestaan.

De beperkte toegang tot juridische middelen en informatie maakt het voor vrouwelijke ondernemers moeilijker om hun rechten te kennen, de wetten en regels waaraan ze moeten voldoen, bijvoorbeeld

discriminerende arbeidswetten of regels voor vrouwen die onroerend goed willen verwerven; Discriminerende vergunningsprocessen: vrouwelijke ondernemers kunnen vertraging oplopen bij het verkrijgen van hun vergunningen of licenties vanwege ongelijke behandeling en de autoriteiten kunnen extra barrières opwerpen voor vrouwelijke ondernemers; Ontoereikende bescherming van intellectueel eigendom: de beperkte middelen die vrouwelijke ondernemers tot hun beschikking hebben kunnen een uitdaging vormen op dit gebied, samen met de complexe wetgeving; Barrières bij aanbestedingen en inkoop: bedrijven die geleid worden door vrouwen hebben misschien meer moeite om toegang te krijgen tot overheidscontracten, openbare aanbestedingen en mogelijkheden om materialen of producten te leveren.

Als opvoeder in beroepsonderwijs en -opleiding moet je je bewust zijn van deze problemen en bereid zijn om de ondernemers die bij je komen voor advies en voorlichting te adviseren. Door dit in gedachten te houden zullen de vrouwelijke ondernemers voorzichtiger en bewuster worden van de mogelijke uitdagingen en klaar zijn om ze aan te gaan, waardoor hun kans op succes toeneemt en hun risico op mislukking wordt beperkt door blindelings te rekenen, waardoor hun schaarse middelen nog kleiner worden.

Leeractiviteiten

Activiteit 1: Uitdagingen in kaart brengen

Deze oefening stelt vrouwelijke ondernemers in staat om helderheid, focus en strategisch inzicht te krijgen in hun ondernemerstraject, zodat ze obstakels kunnen overwinnen en hun doelen met vertrouwen en veerkracht kunnen bereiken.

Hoe ontwikkel je de oefening?

- Geef de deelnemers een groot vel papier of een digitale mindmap-tool.
- Vraag hen om te brainstormen en de verschillende uitdagingen waarmee zij als vrouwelijke ondernemers te maken hebben in kaart te brengen, onderverdeeld in thema's als financiering, netwerken, toegang tot de markt en de balans tussen werk en privé.
- Moedig de deelnemers aan om gemeenschappelijke patronen en thema's te herkennen in de uitdagingen waarmee ze worden geconfronteerd.

Activiteit 2: doelen stellen en actieplannen

Het doel van deze oefening is om de vrouwelijke ondernemers te laten begrijpen dat het stellen van doelen en actieplanning krachtige hulpmiddelen zijn om hun aspiraties om te zetten in concrete acties, met veerkracht door uitdagingen te navigeren en duurzaam succes te behalen in hun ondernemerstraject.

Hoe de oefening te ontwikkelen:

- Leid de deelnemers door een oefening om doelen te stellen, waarbij ze specifieke, meetbare, haalbare, relevante en tijdgebonden (SMART) doelen formuleren die verband houden met het overwinnen van hun belangrijkste uitdagingen.
- Moedig deelnemers aan om hun doelen op te splitsen in uitvoerbare stappen en een tijdlijn voor implementatie te creëren.
- Bied mogelijkheden voor peer-feedback en verantwoordelijkheid om het bereiken van doelen te ondersteunen.

Activiteit 3: Visualisatie- en bevestigingsoefeningen

Deze visualisatie- en affirmatieoefeningen zijn waardevolle hulpmiddelen voor vrouwelijke ondernemers om een positieve mindset te cultiveren, het zelfvertrouwen te vergroten en hun acties af te stemmen op hun doelen en waarden. Door de kracht van visualisatie te benutten kunnen vrouwelijke ondernemers hun volledige potentieel ontsluiten en de toekomst creëren die zij voor zichzelf en hun bedrijf voor ogen hebben.

Hoe de oefening te ontwikkelen:

- Leid de deelnemers door begeleide visualisatieoefeningen waarin ze zichzelf voorstellen hoe ze uitdagingen overwinnen, hun doelen bereiken en floreren als succesvolle ondernemers.
- Moedig deelnemers aan om persoonlijke affirmaties of mantra's te creëren die hun veerkracht, sterke punten en ambities weerspiegelen.
- Integreer visualisatie- en affirmatiepraktijken in reguliere routines om een positieve mentaliteit te cultiveren en veerkracht te bevorderen bij tegenslag.

Activiteit 4: Peer-mentorcirkels

De peer-mentoringcirkels bieden vrouwelijke ondernemers een krachtig platform voor leren, groei en gemeenschapsvorming. Door gebruik te maken van de collectieve wijsheid, steun en kameraadschap van hun collega's kunnen deelnemers obstakels overwinnen, kansen grijpen en meer succes en voldoening bereiken tijdens hun ondernemerstraject. In deze oefening kan de VET-trainer ook contact opnemen met reeds gevestigde vrouwelijke ondernemers om hun ervaring en feedback te geven.

Hoe de oefening te ontwikkelen:

- Faciliteer peer-mentoringcirkels waar deelnemers met elkaar in contact kunnen komen om ervaringen, inzichten en advies te delen over het omgaan met uitdagingen in het ondernemerschap.

- Zorg voor gestructureerde discussieaanwijzingen of thema's die verband houden met specifieke uitdagingen, zodat deelnemers steun en begeleiding kunnen bieden aan hun collega's.
- Stimuleer actief luisteren, empathie en constructieve feedback binnen de mentorkringen.

Activiteit 5: Analyse van sterke en zwakke punten

Met deze oefening willen we vrouwelijke ondernemers in staat stellen hun sterke punten te benutten, hun zwakke punten aan te pakken en kansen na te jagen die aansluiten bij hun visie en waarden. Door hun unieke capaciteiten en potentieel te omarmen, kunnen vrouwelijke ondernemers meer succes, voldoening en impact bereiken in hun ondernemersinspanningen..

Hoe ontwikkel je de oefening?

Vraag de deelnemers om een lijst te maken van hun persoonlijke en professionele sterke en zwakke punten.

Moedig hen aan om na te denken over hoe hun sterke punten hen kunnen helpen om uitdagingen te overwinnen en kansen te benutten tijdens hun ondernemerstraject.

Faciliteer groepsdiscussies om inzichten en strategieën uit te wisselen voor het aanpakken van zwakke punten en het uitbouwen van sterke punten.

Activiteit 6: Rollenspellen

Het rollenspel met scenario's biedt vrouwelijke ondernemers waardevolle kansen om essentiële zakelijke vaardigheden te ontwikkelen, de interpersoonlijke dynamiek te verbeteren en vertrouwen op te bouwen in hun vermogen om complexe uitdagingen en kansen tijdens het ondernemerschap aan te gaan.

Hoe ontwikkel je de oefening?

- Ontwikkel rollenspellen gebaseerd op veelvoorkomende uitdagingen voor vrouwelijke ondernemers, zoals het onderhandelen over financieringsvoorwaarden, het praten met investeerders of het aanpakken van gendervooroordelen in zakelijke interacties.
- Verdeel de deelnemers in kleine groepen en geef elke groep een scenario om te spelen.
- Stimuleer deelnemers om te experimenteren met verschillende strategieën en communicatiestijlen om de uitdagingen in de scenario's effectief aan te pakken.

WOMENIN Cursus



Module 2

Gendergelijkheid in ondernemerschap

Module 2 Gendergelijkheid in ondernemerschap

Introduction

De inleiding van de module “Gelijkheid van mannen en vrouwen in ondernemerschap” geeft een basissynopsis van de belangrijkste ideeën die in de loop van de cursus van dichtbij zullen worden bestudeerd. Het doel van deze module is om de verschillende aspecten van gendergelijkheid in de context van ondernemerschap te onderzoeken, waarbij de nadruk wordt gelegd op de obstakels, vooruitzichten en cruciale factoren die de ervaringen van vrouwelijke ondernemers ondersteunen. Het is belangrijk om een omgeving te creëren die eerlijk en inclusief is voor vrouwen die hun eigen bedrijf willen starten. De Europese Unie, een dynamische economische entiteit, kan er veel baat bij hebben als haar diverse talentenpool optimaal wordt benut. Deze module probeert bij te dragen aan een beter begrip en aanpak van genderongelijkheden in ondernemerschap. Door een grondige analyse en oplossing van gendergerelateerde verschillen in ondernemerschap wil deze module de economische emancipatie van vrouwen bevorderen en duurzame ontwikkeling in de EU stimuleren.

Specifieke doelstellingen

Na afloop van de module hebben de trainers een duidelijke en beknopte reeks doelstellingen om het leerproces te helpen sturen. Deze doelen omvatten het begrijpen van de genderdynamiek in ondernemerschap, het beoordelen van de implicaties van beleid in de context van de Europese Unie, het bevorderen van inclusieve ondernemende ecosystemen, het creëren van bedrijfsstrategieën die rekening houden met gendergelijkheid, het tonen van succesvolle casestudies, het aanmoedigen van netwerken en mentorschap, het beoordelen van impactmetingen, het faciliteren van open gesprekken, het aanmoedigen van samenwerkend leren en het aanmoedigen van trainers als pleitbezorgers voor gendergelijkheid. Door ervoor te zorgen dat trainers zijn toegerust met de kennis en vaardigheden die nodig zijn om vrouwelijke ondernemers te ondersteunen bij het creëren van een inclusieve, rechtvaardige en ondersteunende omgeving, proberen deze doelen het aantal vrouwelijke ondernemers dat succesvol is en deelneemt aan het ondernemerschap te vergroten.

Educatieve inhoud

Hoofdstuk 1: Wat is gendergelijkheid in ondernemerschap?

Gendergelijkheid is bovenal een mensenrecht. Gendergelijkheid is niet alleen een fundamenteel mensenrecht, maar ook een essentiële voorwaarde voor een welvarende, vreedzame en duurzame wereld. Hoewel er de afgelopen jaren vooruitgang is geboekt, zal gendergelijkheid niet worden bereikt in 2030 als de huidige omstandigheden blijven voortduren.

Gendergelijkheid houdt in dat alle jongens, meisjes, vrouwen en mensen van alle klassen en culturen op gelijke basis deelnemen en evenveel waard zijn. Ze hebben gelijke toegang tot bestuurskansen, vrijheden en middelen. Gendergelijkheid verwijst naar het feit dat alle mensen vrij zijn om hun persoonlijke vaardigheden te ontwikkelen en beslissingen te nemen zonder beperkt te worden door stereotypen en vooroordelen over genderrollen. Het houdt ook in dat er rekening wordt gehouden met de belangen, behoeften en prioriteiten van mannen en vrouwen, en van meisjes en jongens, waarbij de verscheidenheid tussen verschillende groepen wordt erkend. Gendergelijkheid verwijst naar het idee dat de rechten, verantwoordelijkheden en kansen van een persoon niet bepaald mogen worden door hun etnische achtergrond, leeftijd, vermogen om voor zichzelf te zorgen, handicap of locatie - landelijk of stedelijk.

Vrouwen hebben recht op een leven met respect, veiligheid en zekerheid. Om ontwikkeling te bevorderen en armoede te bestrijden, is het essentieel dat vrouwen en meisjes mondiger worden. Gezonde, intelligente en zelfverzekerde vrouwen verbeteren het welzijn en de welvaart van hele families, gemeenschappen en hun landen.

Hoofdstuk 2: Voordelen van gendergelijkheid

Gemeenschappen zijn veiliger, gezonder en gelukkiger als er gendergelijkheid is. Landen met een hoger niveau van gendergelijkheid zijn meer verbonden en hebben er veel baat bij. Hieronder volgt een lijst met de specifieke maatschappelijke voordelen van gendergelijkheid:

- - **Economische gelijkheid:** De maatschappij heeft er baat bij als de kansen op werk voor beide geslachten gelijk zijn. Onderzoek toont aan dat een gevarieerde werkplek - met inbegrip van genderdiversiteit - een productievere werkplek is. De economie profiteert ook van dit succes op het werk. Het Bruto Binnenlands Product (BBP) van een land stijgt drastisch, armoedecijfers dalen, gemeenschappen bloeien op en alle seksen krijgen gelijke kansen op werk.
- - **Beter onderwijs:** Elke student in het onderwijssysteem heeft baat bij gendergelijkheid. Meisjes die naar school gaan hebben een grotere kans om productief en gezond te zijn, meer geld te verdienen en een betere toekomst voor hun gezin op te bouwen. Dit helpt vervolgens bij het opbouwen van een economisch systeem dat ten goede komt aan mensen van alle geslachten en dat de gezondheid van de gemeenschap verbetert. UNICEF rapporteert dat een middelbare opleiding het levensinkomen van een meisje aanzienlijk verhoogt, het groeipercentage van het land verhoogt, kinderhuwelijken vermindert, de kindersterfte verlaagt, de moedersterfte verlaagt en het tekort aan kinderen vermindert.

- - **Minder armoede:** De meest verarmde mensen ter wereld zijn vrouwen en meisjes. Armoedecycli blijven zich herhalen omdat ze geen gelijke toegang hebben tot onderwijs, werkgelegenheid en inkomen. Gelijke kansen voor mannen en vrouwen zou hele gezinnen uit de armoede halen en de armoede wereldwijd verminderen.
- - **Betere gezondheid:** Onderzoek toont aan dat ongelijkheden tussen mannen en vrouwen een negatief effect hebben op verschillende gevolgen voor de gezondheid, zoals gezinsplanning, voeding, pandemische ziekten en de gezondheid van moeders en kinderen. Onderzoek toont aan dat wanneer medische systemen opnieuw worden ontworpen om ervoor te zorgen dat alle seksen gelijke toegang hebben tot gezondheidszorg, er betere gezondheidsresultaten optreden. Deze resultaten omvatten een lager sterftecijfer, minder depressie en posttraumatische stressstoornis (PTSS), een betere zelfbeoordeling van de gezondheid en minder alcoholgebruik.

Hoofdstuk 3: De relatie tussen vrouwelijk ondernemerschap en gendergelijkheid

Ondernemerschap is een belangrijke motor van economische groei en ontwikkeling en bevordert de ontwikkeling van culturele en technologische innovaties en het genereren van welvaart en banen (Wereldbank, 2020). Er zijn echter nog steeds veel uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers te maken krijgen als ze hun bedrijf starten en uitbreiden. Ze zijn daarom minder goed in staat nieuwe soorten waarde te creëren en ondernemende ecosystemen te ondersteunen (VN, 2019; Kraus en Roig-Tierno, 2020). Gendervooroordelen en ongelijkheid spelen een belangrijke rol bij het vormgeven van de ecosystemen van ondernemers. Deze factoren beperken ook de mogelijkheden van vrouwen en belemmeren hun vermogen om te innoveren en waarde te genereren. Hierdoor krijgt de bevordering van gendergelijkheid de aandacht en zorg van wetenschappers, besluitvormers en praktijkmensen. Gendergelijkheid kan ondernemerschap op verschillende manieren bevorderen. Nieuwe kansen creëren: Volgens de OESO (2021a) kan gendergelijkheid vrouwelijke ondernemers toegang geven tot markten, netwerken en hulpbronnen waartoe zij voorheen geen toegang hadden. Dit kan zakelijke ondernemingen stimuleren en nieuwe soorten waarde opleveren. Diversiteit van geslachten kan innovatie en creativiteit aanmoedigen door nieuwe ideeën en perspectieven in het ondernemerschapsproces te brengen. Door de gendergelijkheid te verbeteren kunnen beleidsmakers en praktijkmensen creativiteit en pluraliteit in ondernemerschap stimuleren, nieuwe soorten waarde creëren en sociale en technologische vooruitgang bevorderen. Sociaal kapitaal stimuleren: Vrouwelijke ondernemers kunnen toegang krijgen tot systemen, coaches en andere hulpmiddelen die hen kunnen helpen bij het starten en laten groeien van hun bedrijf door te pleiten voor gendergelijkheid (Brush et al., 2018). Volgens Alam en Devi (2020) heeft gendergelijkheid het potentieel om de perspectieven en wereldbeelden van individuen te vergroten, wat op zijn beurt de opkomst van nieuwe ideeën en oplossingen kan stimuleren.

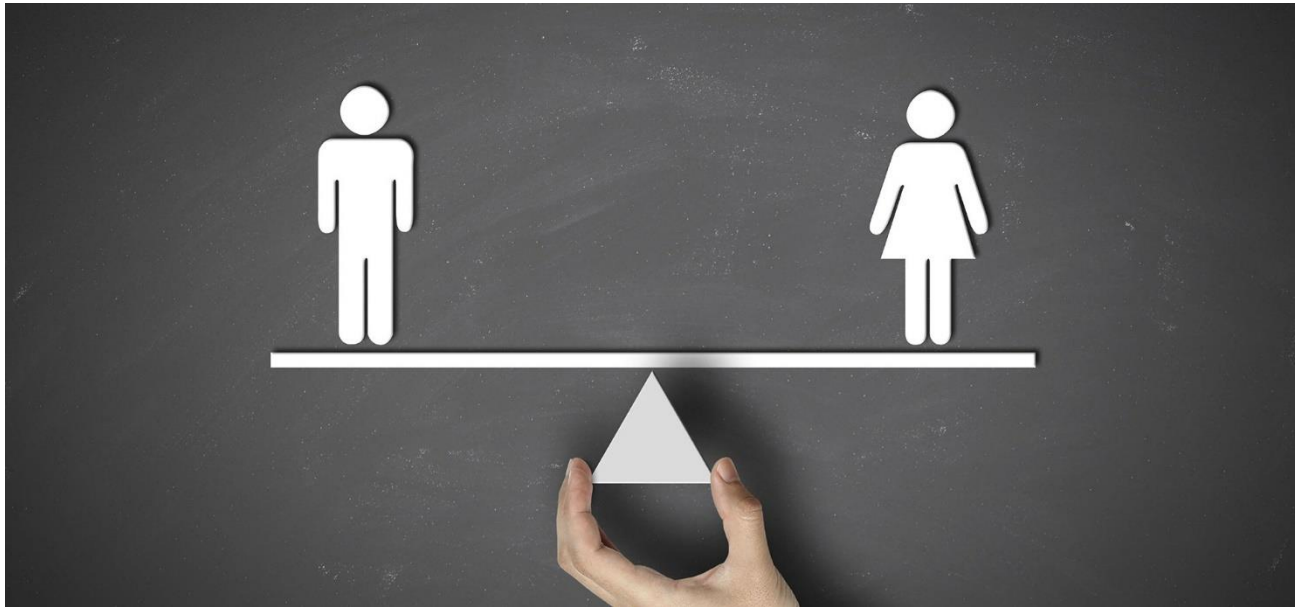


Image source: Safety4Sea (<https://safety4sea.com/cm-women-in-shipping-watch-expert-thinking-on-the-gender-perspective-in-leadership/>)

Hoofdstuk 4: Uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd

Talrijke obstakels waarmee vrouwelijke ondernemers vaak worden geconfronteerd, kunnen hun succes in de zakenwereld belemmeren.

Het verkrijgen van financiering is een groot obstakel, waarbij vrouwen verschillen ondervinden bij het verkrijgen van financiële hulp in vergelijking met mannen.

De overweldigende angst om te falen wordt nog verergerd door maatschappelijke normen en de extra eisen die aan vrouwelijke ondernemers worden gesteld.

Het tegelijkertijd beheren van werk- en gezinsverplichtingen is een andere moeilijke taak die een zorgvuldige afweging vereist.

Vrouwen kunnen in een professionele omgeving te maken krijgen met gendervooroordelen, waardoor ze geen gebruik kunnen maken van belangrijke netwerkmogelijkheden. Het wordt een voortdurende strijd om diepgewortelde genderstereotypen, die de mening van mensen over de competentie van vrouwen in de zakenwereld beïnvloeden, uit de weg te ruimen.

Het obstakel waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd om serieus te worden genomen, is misschien wel het meest voorkomende. Vrouwelijke ondernemers worden vaak geconfronteerd met vooroordelen en scepticisme, wat het voor hen noodzakelijk maakt om voortdurend te werken aan het overwinnen van deze obstakels en het vestigen van hun aanwezigheid en expertise in de ondernemersruimte.

Leeractiviteiten

Activiteit 1: Planning van de toegangsstrategieën tot de internationale markt

Moedig iedereen in de groep van X-deelnemers aan om even de tijd te nemen om op een bord te schrijven en na te denken over hun individuele prestaties en sterke punten tijdens hun ondernemerstraject. Vraag hen daarna om de gebieden op te sommen waarvan zij vinden dat er nog werk nodig is, zoals kennis- of vaardigheidslacunes die volgens hen kunnen worden opgevuld.

Activiteit 2: Rollenspelscenario

Bereid je voor om jezelf in de positie van ondernemer te verplaatsen! Deelnemers zullen deelnemen aan rollenspel oefeningen die uitdagingen uit de echte wereld nabootsen tijdens deze gemakkelijke en interactieve sessie. Iedereen krijgt de kans om zijn probleemoplossende en communicatieve vaardigheden toe te passen in een ondersteunende omgeving, van het onderhandelen over financieringsovereenkomsten tot het navigeren door uitdagende netwerksituaties. Het is een praktische aanpak om zelfvertrouwen op te bouwen en nuttige technieken te leren waarmee u typische obstakels kunt overwinnen waarmee ondernemers te maken krijgen.

Activiteit 3: Discussieforum

Creëer een discussieforum waar mensen persoonlijke reflecties, foto's of video's over gendergelijkheid in ondernemerschap kunnen posten. Spoor hen aan om op elkaars berichten te reageren en deel te nemen aan discussies.

WOMENIN Cursus



Module 3

**Digitale ondernemingsvaardigheden
empowerment & ontwikkeling**

**Module 3: Empowerment en ontwikkeling van digitale
ondernemingsvaardigheden**

Inleiding

In het snel evoluerende digitale landschap van vandaag is het gebruik van digitalisering van het grootste belang geworden voor het succes en de duurzaamheid van bedrijven in verschillende sectoren. Te midden van deze digitale revolutie is het echter essentieel om de unieke uitdagingen voor vrouwelijke ondernemers te herkennen en aan te pakken. Ondanks het feit dat vrouwen aanzienlijke vooruitgang hebben geboekt in het ondernemerschap, stuiten ze nog steeds op belemmeringen bij de toegang tot digitale middelen en het effectief inzetten ervan voor de groei van hun bedrijf. Daarom is het versterken van de positie van vrouwelijke ondernemers door middel van op maat gemaakte digitaliseringsstrategieën niet alleen een kwestie van inclusiviteit, maar ook een cruciale stap op weg naar hun volledige potentieel en het stimuleren van economische groei.

Leerdoelen

Het hoofddoel van deze module is trainers in beroepsonderwijs en -opleidingen de essentiële kennis en vaardigheden bij te brengen die nodig zijn om vrouwelijke ondernemers te ondersteunen bij het effectief beheren van middelen en het opstellen van strategische plannen met behulp van digitale hulpmiddelen. Na afronding van deze module kunnen trainers digitale hulpmiddelen gebruiken om het succes van door vrouwen geleide bedrijven te vergroten. Deze module biedt uitgebreide training in cruciale aspecten van het navigeren door het digitale landschap, waaronder strategieën voor sociale media, het creëren van digitale content, analyse van feedback van klanten, cyberbeveiliging, SEO-technieken (Search Engine Optimization), contentmarketing en online communicatievaardigheden.

Educatieve inhoud

Hoofdstuk 1: Het belang van digitalisering

Digitalisering stelt vrouwelijke ondernemers in staat om hun marktbereik te vergroten, zich te richten op specifieke klantsegmenten, hun operationele efficiëntie te verbeteren en concurrerend te blijven in het snel veranderende zakelijke landschap. Door gebruik te maken van digitale platforms, tools en strategieën kunnen vrouwelijke ondernemers hun zakelijke mogelijkheden vergroten en nieuwe kansen benutten. Bovendien heeft de wereldwijde impact van de COVID-19 pandemie bedrijven over de hele wereld getroffen. Om de uitdagingen die de pandemie met zich meebrengt het hoofd te bieden, wenden bedrijven zich steeds meer tot digitalisering als middel om zich aan te passen en weerbaar te worden. Deze verschuiving heeft zich gemanifesteerd in het gebruik van externe werkomgevingen, het gebruik van online platforms voor verkoop en de implementatie van digitale marketingtactieken.

Hoofdstuk 2: Hoe digitalisering uw bedrijf ten goede kan komen

Digitalisering verwijst naar de integratie van digitale technologieën om bedrijfsmodellen te transformeren en nieuwe mogelijkheden te creëren om inkomsten en waarde te genereren. Het betekent de overgang naar een digitale bedrijfsaanpak. De implementatie van digitalisering kan aanzienlijke voordelen opleveren voor elk bedrijf, ook voor bedrijven die geleid worden door vrouwen. Door gebruik te maken van digitale technologieën en het internet kunnen vrouwelijke ondernemers hun toegang tot financiële diensten verbeteren. Bovendien kan het gebruik van digitale hulpmiddelen vrouwen helpen om lacunes in vaardigheden en informatie op te vullen. Door digitale technologie te integreren in programma's die gericht zijn op vrouwelijk ondernemerschap en de ontwikkeling van technische vaardigheden, worden programma's toegankelijker en kunnen vrouwen deelnemen aan uitgebreide persoonlijke trainingen die anders ontoegankelijk zouden zijn. Daarnaast bieden online ondersteuningsprogramma's een oplossing voor logistieke problemen waar vrouwen mee te maken hebben, door trainingsmogelijkheden op afstand te bieden. Bovendien kunnen kleinschalige ondernemers dankzij ontwikkelingen zoals het Internet of Things (IoT) zich op internationale markten begeven en nauwere banden tot stand brengen tussen leveranciers, kopers en verkopers door middel van innovatieve logistieke oplossingen. Deze integratie van technologie in bedrijfsactiviteiten vergroot het potentieel voor internationalisering en bedrijfsuitbreiding. Vooral het gebruik van sociale media en online platforms kan bedrijven ten goede komen, ongeacht hun geslacht. De integratie van digitale technologie kan de innovatie van producten of diensten stimuleren en de groei van bedrijven bevorderen.

Hoofdstuk 3: Online branding

Gedefinieerd als *"Een techniek in merkbeheer die het internet gebruikt als medium om een merk in de markt te positioneren en zijn concurrentievoordeel te vergroten"* (Bhasin, 2021). Online branding verwijst naar het proces van het vaststellen en promoten van de identiteit en reputatie van een bedrijf via digitale kanalen. Het omvat verschillende strategieën, waaronder sociale-mediamarketing, het creëren van inhoud en het samenwerken met online gemeenschappen. Een van de grote voordelen van online branding voor bedrijven en startups is de toegankelijkheid en betaalbaarheid, vooral via sociale mediaplatforms die gratis marketingmogelijkheden bieden. Bovendien kan online branding een aanzienlijke impact hebben door een groot publiek te bereiken en de merkbekendheid te vergroten. Betaalde marketingmogelijkheden vergroten de zichtbaarheid en het bereik nog verder. Bovendien verbetert online branding de betrokkenheid en interactie met klanten, waardoor sterkere relaties en loyaliteit worden bevorderd. Bovendien stroomlijnt de integratie van AI en chatbots in online brandingstrategieën klantinteracties, waardoor een gepersonaliseerde ervaring wordt geboden en de efficiëntie wordt verbeterd. Over het geheel genomen is effectieve online branding essentieel voor

bedrijven en startups om een sterke digitale aanwezigheid op te bouwen, contact te maken met hun doelgroep en groei te stimuleren.



Image source: Animate.mk (<https://animate.mk/marketingcommunications/>)

Hoofdstuk 4: Digitale hulpmiddelen

- Op het gebied van digital branding stellen verschillende tools en platforms bedrijven in staat om een overtuigende online identiteit te creëren. Sociale mediaplatforms zoals Facebook, Instagram en X (Twitter) bieden veelzijdige mogelijkheden voor het creëren van boeiende content via posts, verhalen en livestreams. Blogs bieden een platform voor het vertellen van diepgaande verhalen en het delen van waardevolle inzichten, waardoor de autoriteit en geloofwaardigheid van het merk worden versterkt. Podcasts stellen bedrijven in staat om op een dieper niveau contact te maken met hun publiek door middel van audio-inhoud, waardoor thought leadership wordt gevestigd en vertrouwen wordt gekoesterd. Infographics zijn krachtige visuele hulpmiddelen voor het presenteren van complexe informatie in een verteerbaar formaat, waardoor de betrokkenheid en retentie van het publiek wordt vergroot. Interactieve elementen zoals quizzen en polls op sociale mediaplatforms of speciale websites stellen bedrijven in staat om waardevolle feedback en inzichten te verzamelen en tegelijkertijd de interactie met het publiek te stimuleren. Daarnaast dienen nieuwsbrieven als effectieve communicatiekanalen om updates, promoties en exclusieve content direct met abonnees te delen, waardoor langetermijnrelaties worden gevoed en klantloyaliteit wordt gestimuleerd. Door deze digitale tools strategisch in te zetten, kunnen bedrijven hun online

aanwezigheid effectief vormgeven en hun merkidentiteit versterken. Hier volgen enkele voorbeelden van digitale tools voor het creëren van content in verschillende categorieën:

- **Hootsuite:** Een uitgebreid platform voor sociale-mediabeheer waarmee u berichten kunt plannen, betrokkenheid kunt controleren en prestaties kunt analyseren op meerdere sociale-mediakanalen.
- **Buffer:** Een intuïtieve tool voor het plannen en analyseren van sociale-mediaposts, met functies zoals contentcuration, analyses en teamsamenwerking.
- **Google Docs:** Een cloudgebaseerde documenteditor die samenwerking in realtime, het delen van documenten en versiebeheer mogelijk maakt.
- **Microsoft Office Online:** Webgebaseerde versies van Microsoft Office-tools zoals Word, Excel en PowerPoint, waarmee documenten gezamenlijk kunnen worden bewerkt en gedeeld.
- **Canva:** Een gebruiksvriendelijk grafisch ontwerpplatform met een uitgebreide bibliotheek van sjablonen, stockfoto's en ontwerpelementen voor het maken van visueel aantrekkelijke afbeeldingen, presentaties en posts op sociale media.
- **Adobe Photoshop Express:** Een vereenvoudigde versie van Adobe Photoshop, met essentiële fotobewerkingstools zoals bijsnijden, formaat wijzigen, filters en basisaanpassingen om afbeeldingen te verbeteren.
- **Trello:** Een flexibele projectmanagementtool gebaseerd op de Kanban-methodologie, waarmee teams taken kunnen organiseren, samenwerken en de voortgang kunnen bijhouden via aanpasbare borden en kaarten.
- **Asana:** Een veelzijdig projectbeheerplatform met functies voor het toewijzen van taken, het bijhouden van deadlines, teamcommunicatie en projectvisualisatie via tijdlijnen en kalenders.

Door deze digitale hulpmiddelen effectief te gebruiken, kunnen bedrijven hun processen voor het maken van inhoud stroomlijnen, de samenwerking verbeteren en hun online branding-inspanningen naar een hoger niveau tillen.

Hoofdstuk 5: Contentcreatie

Het creëren van digitale inhoud biedt kansen van onschatbare waarde voor door vrouwen geleide startups om een sterke online aanwezigheid op te bouwen, verbinding te maken met hun doelgroep en hun merkboodschap effectief over te brengen. Door hun publiek en het doel achter hun inhoud te begrijpen, kunnen vrouwelijke ondernemers hun boodschap afstemmen op de beoogde doelgroep, waardoor een diepere betrokkenheid en loyaliteit wordt bevorderd. Het is essentieel om gebruik te maken van een combinatie van technische en digitale hulpmiddelen om de efficiëntie en effectiviteit bij het creëren van inhoud te maximaliseren en ervoor te zorgen dat de inhoud eenvoudig, duidelijk en voor iedereen toegankelijk blijft. Het respecteren van Creative Commons-licenties demonstreert niet alleen ethische inhoudspraktijken, maar moedigt ook samenwerking en betrokkenheid van de gemeenschap aan. Bovendien zorgt de integratie van Key Performance Indicators (KPI's) in de contentstrategie ervoor dat startups de effectiviteit van hun inspanningen kunnen volgen en evalueren, waardoor afstemming op de bedrijfsdoelen wordt gegarandeerd. Om boeiende inhoud te schrijven, moeten vrouwelijke ondernemers zich concentreren op het behouden van de relevantie voor hun merk en waarden, terwijl ze prioriteit geven aan eenvoud, duidelijkheid, toegankelijkheid en directe afstemming op de behoeften en interesses van hun doelgroep. Door zich aan deze principes te houden kunnen door vrouwen geleide startups de kracht van digitale inhoud effectief benutten om merkbekendheid, betrokkenheid en uiteindelijk zakelijk succes te stimuleren.

Hoofdstuk 6: Klantbeoordeling

Het benutten van klantbeoordelingen kan een krachtige strategie zijn om de prestaties en reputatie van uw bedrijf te verbeteren. Om deze waardevolle feedback effectief te kunnen gebruiken, is het van cruciaal belang om alle gegevens op één centrale locatie samen te voegen, waarbij beoordelingen uit verschillende bronnen worden verzameld, zoals beoordelingssites en sociale-mediaplatforms.

Eenmaal verzameld, is het essentieel om de gegevens op te schonen en alle irrelevante of ongewenste informatie te verwijderen om de nauwkeurigheid van de analyse te garanderen. Het categoriseren van feedback in positieve, negatieve en neutrale categorieën zorgt voor een betere organisatie en identificatie van patronen of thema's. Het analyseren van neutrale en negatieve beoordelingen biedt inzicht in de hoofdoorzaken van klantontevredenheid, waardoor strategische actie mogelijk wordt gemaakt om problemen aan te pakken en de klantervaring te verbeteren. Het plannen van toekomstige acties op basis van feedback zorgt voor een proactieve aanpak bij het aanpakken van de zorgen van klanten en het optimaliseren van bedrijfsprocessen. Het is van cruciaal belang om uw team te informeren over de bevindingen en samen te werken aan de implementatie van oplossingen. Investeren in geautomatiseerde oplossingen voor data-analyse, zoals HubSpot, Integrate.io, Zoho Analytics of

Adverity, kan het proces stroomlijnen en de besluitvorming versnellen, wat uiteindelijk leidt tot continue verbetering en klanttevredenheid

.

Hoofdstuk 7: Zoekmachineoptimalisatie (SEO)

Zoekmachineoptimalisatie (SEO) is een fundamentele strategie om de online zichtbaarheid van een bedrijf te verbeteren en organisch verkeer naar zijn website te leiden. In de kern draait SEO om drie sleutelfactoren: relevantie, autoriteit en volume. Relevantie heeft betrekking op het afstemmen van de inhoud van de website op de zoekintentie van gebruikers, waarbij ervoor wordt gezorgd dat de verstrekte informatie voldoet aan hun behoeften en interesses. Autoriteit wordt gevestigd via gezaghebbende bronnen met rijke inhoud, sociale signalen en backlinks, wat de geloofwaardigheid en betrouwbaarheid voor zoekmachines aangeeft. Volume verwijst naar het maandelijkse zoekvolume dat verkeer naar de website genereert, waarbij het potentiële bereik en de impact van geoptimaliseerde inhoud worden benadrukt. Om SEO effectief te gebruiken, kunnen bedrijven beginnen met het brainstormen over zoekwoordideeën en relatieve termen die relevant zijn voor hun branche en doelgroep. Het analyseren van de zoekwoorden van concurrenten biedt inzicht in populaire onderwerpen en gebieden voor optimalisatie. Het maken van lijsten met relevante onderwerpen en het onderzoeken van de intenties van gebruikers vormt een verdere basis voor strategieën voor het maken van inhoud. Door gebruik te maken van hulpprogramma's voor zoekwoordonderzoek, zoals Google Keyword Planner, Moz, Ahrefs en SEMrush, kunt u goed presterende zoekwoorden identificeren en de inhoud dienovereenkomstig optimaliseren. Het strategisch opnemen van zoekwoorden en ervoor zorgen dat de inhoud overeenkomt met de zoekintentie van de doelzoekwoorden zijn van cruciaal belang voor SEO-succes. Het gebruik van tools zoals On-Page SEO Checker (SEMrush) helpt bij het optimaliseren van de inhoudsstructuur, metatags en andere elementen op de pagina. Door unieke, geoptimaliseerde en hoogwaardige inhoud te creëren, kunnen bedrijven uiteindelijk hun online aanwezigheid verbeteren, meer organisch verkeer aantrekken en uiteindelijk de bedrijfsgroei stimuleren via effectieve SEO-strategieën.

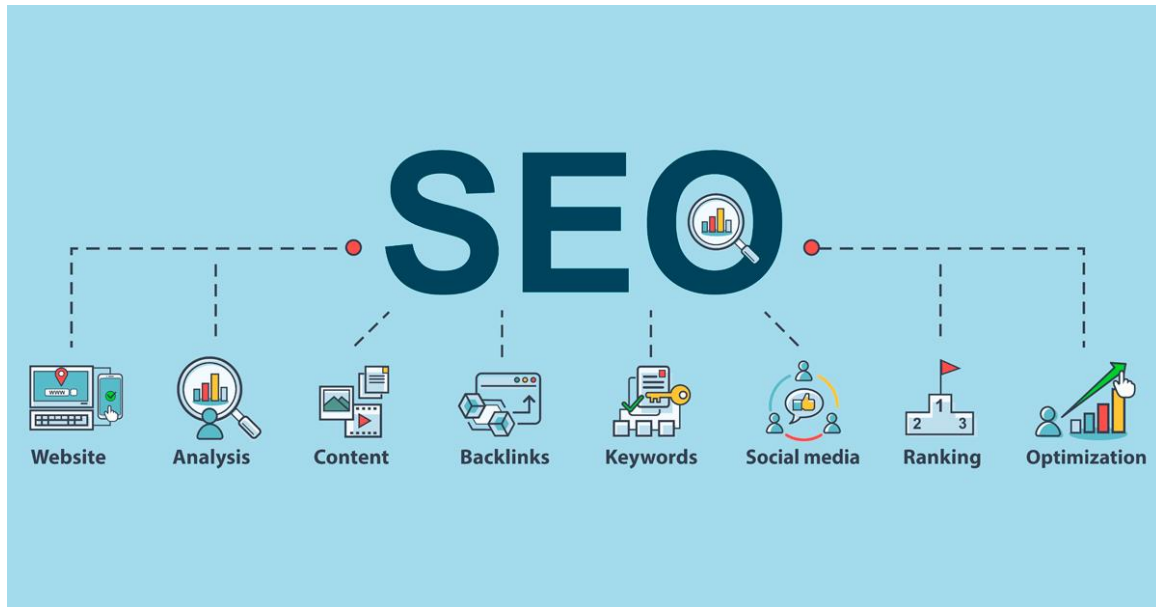


Image source: Jasanidarsh3 on Medium (<https://jasanidarsh3.medium.com/briefing-several-fields-in-computer-science-d1c93598aacd>)

Hoofdstuk 8: Cyberbeveiliging

Cyberbeveiliging omvat een reeks praktijken en technologieën die zijn ontworpen om digitale systemen, netwerken en gegevens te beschermen tegen cyberdreigingen. In de hedendaagse onderling verbonden wereld, waar bedrijven sterk afhankelijk zijn van de digitale infrastructuur, speelt cyberbeveiliging een cruciale rol bij het beschermen van gevoelige informatie, het handhaven van de bedrijfscontinuïteit en het behouden van het vertrouwen van klanten. Het is van cruciaal belang dat bedrijven prioriteit geven aan cyberbeveiliging om de risico's van cyberaanvallen, die kunnen leiden tot datalekken, financiële verliezen en reputatieschade, te beperken.

De lagen van cyberbeveiliging omvatten de beveiliging van kritieke infrastructuur, waardoor de bescherming van nationale kaders voor veiligheid, economische gezondheid en openbare veiligheid wordt gewaarborgd. Netwerkbeveiliging omvat zowel bekabelde als Wi-Fi-netwerken en beschermt tegen ongeoorloofde toegang en datalekken. Applicatiebeveiliging richt zich op het beveiligen van softwareapplicaties en gebruikersauthenticatieprocessen. Cloudbeveiliging omvat het coderen van gegevens en het configureren van cloudomgevingen om ongeautoriseerde toegang te voorkomen. Informatiebeveiliging, zoals de naleving van regelgeving zoals de AVG, zorgt voor de bescherming van gevoelige gegevens. Educatie van eindgebruikers is essentieel voor het vergroten van het bewustzijn en het bevorderen van best practices onder werknemers. Risicopreventie en -beheer omvatten het

implementeren van responsmaatregelen om verstoringen tot een minimum te beperken en de bedrijfscontinuïteit te garanderen in het geval van een cyberincident. Opslagbeveiliging richt zich op de veerkracht van gegevens en bescherming tegen verlies of corruptie. Ten slotte omvat de beveiliging van mobiele apparaten het implementeren van veiligheidsmaatregelen om ongeoorloofde toegang, malware, diefstal en andere bedreigingen voor mobiele apparaten die binnen de organisatie worden gebruikt, te voorkomen. Door deze lagen van cyberbeveiliging aan te pakken, kunnen bedrijven hun verdediging tegen cyberdreigingen versterken en hun digitale activa effectief beschermen

Malware, een afkorting van kwaadaardige software, verwijst naar alle software die specifiek is ontworpen om computersystemen of netwerken te verstoren, te beschadigen of ongeautoriseerde toegang te verkrijgen. Phishing daarentegen is een soort cyberaanval waarbij aanvallers zich voordoen als legitieme entiteiten om individuen te misleiden zodat ze gevoelige informatie verstrekken, zoals wachtwoorden, creditcardgegevens of persoonlijke gegevens. Het voorkomen van cyberaanvallen zoals malware en phishing vereist een veelzijdige aanpak. Het gebruik van robuuste antivirus- en antimalwaresoftware helpt bij het detecteren en verwijderen van schadelijke software van systemen. Het regelmatig updaten van besturingssystemen, softwareapplicaties en beveiligingspatches helpt de kwetsbaarheden te verminderen die cybercriminelen kunnen misbruiken. Door mechanismen voor e-mailfiltering en spamdetectie te implementeren, kunnen phishing-pogingen worden geïdentificeerd en geblokkeerd voordat deze de inbox van gebruikers bereiken. Bovendien is het van essentieel belang om werknemers te informeren over de tekenen van phishing-aanvallen en het belang van waakzame cyberbeveiligingspraktijken, zoals het vermijden van het klikken op verdachte links of het downloaden van bijlagen van onbekende bronnen. Door technische oplossingen te combineren met gebruikersbewustzijn en proactieve beveiligingsmaatregelen kunnen bedrijven het risico om slachtoffer te worden van malware en phishing-aanvallen aanzienlijk verminderen.

Leeractiviteiten

Activiteit 1. Online branding: creëer een socialemediastrategie

Kies één social-mediaplatform (bijvoorbeeld Instagram, X) en ontwikkel een alomvattende strategie om uw bedrijf te promoten. Definieer uw doelgroep, inhoudsthema's, postschema en betrokkenheidstactieken. Gebruik de principes van eenvoud, duidelijkheid, toegankelijkheid, relevantie en branding om uw strategie te sturen.

Activiteit 2. Klantbeoordelingen gebruiken: voer een beoordelingsanalyse uit

Verzamel klantrecensies uit meerdere bronnen (bijvoorbeeld uw website, sociale media, recensiesites) en verzamel ze in één document. Schoon de gegevens op door irrelevante of dubbele beoordelingen te verwijderen. Categoriseer de beoordelingen in positieve, negatieve en neutrale feedback. Analyseer de beoordelingen om gemeenschappelijke thema's of verbeterpunten te identificeren. Ontwikkel een actieplan op basis van uw analyse om eventuele problemen van klanten aan te pakken.

Activiteit 3. Zoekmachineoptimalisatie (SEO): trefwoordonderzoek en inhoudcreatie

Kies een onderwerp dat relevant is voor uw bedrijf en voer trefwoordonderzoek uit met behulp van tools zoals Google Keyword Planner of SEMrush. Identificeer trefwoorden met een hoog volume die verband houden met uw onderwerp en neem deze strategisch op in een stukje inhoud (bijvoorbeeld een blogpost of webpagina). Optimaliseer de inhoudsstructuur, koppen, metatags en afbeeldingen voor SEO. Volg de prestaties van uw inhoud in de loop van de tijd met behulp van analysetools.

Activiteit 4. Cyberbeveiliging: Risicobeoordeling van cyberbeveiliging

Voer een cybersecurityrisicobeoordeling uit voor uw bedrijf. Identificeer potentiële bedreigingen en kwetsbaarheden in verschillende lagen van cyberbeveiliging, zoals netwerkbeveiliging, applicatiebeveiliging en informatiebeveiliging. Evalueer de waarschijnlijkheid en de potentiële impact van elke bedreiging. Ontwikkel een risicobeheerplan waarin preventieve maatregelen, reactiestrategieën en noodplannen worden beschreven. Implementeer beveiligingscontroles en controleer en update regelmatig uw cyberbeveiligingsbeleid en -procedures.

VROUWEN Trainingscursus



Module 4

Internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven

Module 4: Internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven

Invoering

Tegenwoordig is de internationalisering een grote motor van groei en succes voor door vrouwen geleide bedrijven, vooral in de Europese Unie. Bovendien is er de afgelopen jaren steeds meer erkenning gekomen voor de rol die vrouwelijke ondernemers spelen bij het stimuleren van economische groei en innovatie. Ondanks hun aanzienlijke bijdragen worden door vrouwen geleide bedrijven echter nog steeds geconfronteerd met tal van barrières als het gaat om internationalisering. Het begrijpen en aanpakken van deze belemmeringen is van cruciaal belang voor het bevorderen van een meer inclusief en welvarend ondernemerslandschap in de EU.

In deze module ontwikkelen we de betekenis van het uitbreiden van door vrouwen geleide bedrijven buiten de nationale grenzen, waarbij we zowel de kansen als de uitdagingen verkennen die inherent zijn aan dit proces. Door VET-trainers uit te rusten met de kennis en hulpmiddelen om door vrouwen geleide bedrijven te ondersteunen bij hun internationaliseringsinspanningen, kunnen we bijdragen aan het opbouwen van een meer genderinclusief en mondiaal concurrerend ondernemersecosysteem in de Europese Unie.

Leerdoelen

De specifieke doelstellingen van deze module zijn om trainers van beroepsonderwijs en -opleiding uit te rusten met de kennis en vaardigheden die nodig zijn om de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven effectief te ondersteunen. Trainers zullen inzicht krijgen in de unieke uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd bij het wereldwijd uitbreiden van hun bedrijf, strategieën leren om deze obstakels te overwinnen en het vermogen ontwikkelen om begeleiding en mentorschap op maat te bieden tijdens het internationaliseringsproces. Door een genderinclusieve aanpak te bevorderen en een mondiale mentaliteit te bevorderen, zullen trainers de kracht krijgen om het succes van door vrouwen geleide bedrijven in de Europese Unie en daarbuiten te faciliteren.

Educatieve inhoud

Hoofdstuk 1: Internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven

De internationalisering van bedrijven verwijst naar het proces waarbij een bedrijf zijn activiteiten en activiteiten over de nationale grenzen heen uitbreidt en toegang zoekt tot nieuwe markten en kansen in de mondiale arena (Study Smarter, 2019). Deze strategie kan verschillende vormen aannemen,

variërend van het exporteren van producten en diensten tot het openen van dochterondernemingen of het aangaan van strategische allianties op buitenlandse markten.

Voor door vrouwen geleide bedrijven vertegenwoordigt internationalisering een unieke kans om hun groei te stimuleren en hun concurrentievermogen in een mondiale context te vergroten. Vaak worden deze bedrijven op hun lokale markten met extra uitdagingen geconfronteerd, zoals genderdiscriminatie, beperkte toegang tot financiering en kleinere netwerken. Internationalisering kan hen toegang bieden tot nieuwe hulpbronnen, bredere markten en grotere risicodiversificatie (Ilia, 2021).

Tot de belangrijkste voordelen van internationalisering voor vrouwelijke ondernemers behoren de uitbreiding van de reikwijdte van hun bedrijf, de toename van de zichtbaarheid en erkenning op internationaal niveau, de mogelijkheid om toegang te krijgen tot nieuwe bronnen van financiering en kapitaal, evenals het leren van nieuwe vaardigheden en vaardigheden. kennis in diverse culturele omgevingen.

Dit zijn in feite de belangrijkste voordelen van de internationalisering van het bedrijf:

- Benut de gehele of een groot deel van de productiecapaciteit. Bij sterk seizoensgebonden producten maakt internationalisering het bijvoorbeeld mogelijk om het product in het laagseizoen te verkopen in andere landen met het tegenovergestelde klimaat.
- Toegang tot een bredere markt. Het maakt het mogelijk de levenscyclus van het product te verlengen, want terwijl een product zich in sommige markten in de volwassenheids- of vervalphase bevindt, kan het in andere markten zich in de introductiefase of de groeifase bevinden. Dit maakt het soms mogelijk om schaalvoordelen, kostenbesparingen, onderhandelingsvoordelen te realiseren, de levenscyclus van het product te verlengen...
- Het verbetert het imago (intern en extern) van het bedrijf. Vanuit marketingperspectief versterkt de aanwezigheid in verschillende landen het imago van het bedrijf bij zowel binnenlandse als internationale klanten.
- Diversificatie van risico's.
- Continu lerende.

Hoofdstuk 2: Analyse van de context voor de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven

Het betreden van een andere markt lijkt misschien een eenvoudige taak, maar er zijn verschillende aspecten die moeten worden onderzocht en geëvalueerd om de juiste beslissing te kunnen nemen en het bedrijf succesvol te kunnen internationaliseren. In dit deel zullen we dieper ingaan op het proces van het analyseren van de context voor de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven, waarbij

we trainers van beroepsonderwijs en -opleiding de noodzakelijke hulpmiddelen bieden om kansen en uitdagingen op de mondiale markten goed te begrijpen en te evalueren.

Om met dit proces te beginnen is het essentieel om de mondiale en regionale trends te begrijpen die van invloed zijn op de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven. Dit omvat het analyseren van demografische, economische, commerciële, enz. om gebieden van potentiële groei en vraag naar producten en diensten te identificeren

Voor VET-trainers is het van cruciaal belang om te begrijpen hoe ze een grondige analyse kunnen uitvoeren van de internationale omgeving rond door vrouwen geleide bedrijven, omdat dit een solide basis biedt om studenten te begeleiden in hun bedrijfsinternationaliseringsproces. Door VET-trainers uit te rusten met deze onderwijsaanpak om de context van de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven te analyseren, wordt hun vermogen om studenten te begeleiden in hun bedrijfsinternationaliseringsproces versterkt, waardoor een grotere diversiteit en gelijkheid in het internationale zakenveld wordt bevorderd (Nextoport Advisors, 2022). Dit is een educatieve benadering om deze analyse uit te voeren

- **Identificatie van relevante markttrends:** Het is essentieel om te beginnen met het onderzoeken en analyseren van huidige trends op internationale markten die relevant zijn voor de sector waarin het door vrouwen geleide bedrijf actief is. Dit kan het onderzoeken van de vraag naar specifieke producten of diensten, de economische groei in specifieke regio's en opkomende consumententrends omvatten (marktonderzoek en concurrentieanalyse, 2024). De VET-trainer moet actief onderzoek en kritische analyse van relevante informatiebronnen, zoals marktrapporten en sectorstudies, aanmoedigen.

- **Beoordeling van PESTEL-factoren (politiek, economisch, sociaal, technologisch, ecologisch en juridisch):** Het is essentieel om studenten te helpen begrijpen hoe deze factoren, zoals handelsbeleid, internationale regelgeving en valutaschommelingen, de levensvatbaarheid van de internationalisering van een bedrijf kunnen beïnvloeden. Opleiders van beroepsonderwijs en -opleiding moeten de discussie aanmoedigen over hoe deze factoren kansen of uitdagingen kunnen creëren voor door vrouwen geleide bedrijven en hoe de daarmee samenhangende risico's kunnen worden beperkt.

- **Analyse van concurrentie en marktvraag:** Het is essentieel om studenten aan te moedigen internationale concurrenten in de specifieke sector waarin zij geïnteresseerd zijn te onderzoeken en analyseren. Dit omvat het beoordelen van de concurrentiepositie van bestaande bedrijven, het identificeren van potentiële marktlacunes en het begrijpen van de voorkeuren en behoeften van klanten op internationale markten.

- **Beoordeling van barrières en kansen voor vrouwelijke ondernemers:** Het is belangrijk om studenten te begeleiden bij het identificeren van de specifieke barrières waarmee vrouwelijke ondernemers in het internationaliseringsproces worden geconfronteerd, zoals beperkte toegang tot

financiering of het gebrek aan bedrijfsondersteunende netwerken. VET-opleiders kunnen de reflectie stimuleren over hoe deze barrières kunnen worden overwonnen door middel van inclusieve strategieën en de benutting van specifieke kansen voor vrouwelijke ondernemers op internationale markten.

Hoofdstuk 3: Specifieke uitdagingen op het gebied van internationalisering voor door vrouwen geleide bedrijven

Bij het identificeren van de specifieke uitdagingen op het gebied van internationalisering voor door vrouwen geleide bedrijven is het van cruciaal belang om de diversiteit aan obstakels te onderkennen waarmee deze vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd bij het uitbreiden van hun bedrijf op mondiale schaal. Een van de belangrijkste belemmeringen die consequent is waargenomen, is de moeilijkheid om toegang te krijgen tot grensoverschrijdende financiering. Dit obstakel beperkt niet alleen de groei van door vrouwen geleide bedrijven, maar bestendigt ook de genderongelijkheid bij de toegang tot kapitaal, een probleem dat VET-opleiders proactief moeten aanpakken in hun opleiding.

Bovendien is het essentieel om rekening te houden met de culturele en taalkundige uitdagingen die kunnen voortvloeien uit de internationalisering van een door vrouwen geleid bedrijf. Deze ondernemers kunnen te maken krijgen met culturele verschillen in doelmarkten die een diepgaand begrip en strategische aanpassing vereisen. Daarom moeten VET-opleiders ondernemers voorzien van instrumenten en vaardigheden om effectief met deze verschillen om te gaan en interculturele competentie te bevorderen als een integraal onderdeel van hun opleiding.

Een andere specifieke uitdaging ligt in de aanpassing aan commerciële en wettelijke regelgeving op internationale markten. Door vrouwen geleide bedrijven kunnen te maken krijgen met regelgevende belemmeringen die van land tot land aanzienlijk verschillen, waardoor de mondiale expansie wordt belemmerd. Daarom moeten VET-opleiders vrouwelijke ondernemers in staat stellen de wettelijke en regelgevende vereisten in verschillende internationale contexten te begrijpen en na te leven, en hen de kennis en het vertrouwen te geven die nodig zijn om deze uitdagingen met succes het hoofd te bieden.

Bovendien vormt de moeilijkheid om toegang te krijgen tot mondiale netwerken van contacten en zakenpartners een ander groot obstakel in de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven. Vaak worden deze ondernemers geconfronteerd met uitsluitingen of beperkingen in door mannen gedomineerde bedrijfsnetwerken, wat hun vermogen om sterke internationale zakelijke relaties op te bouwen kan belemmeren. Daarom moeten VET-opleiders vrouwelijke ondernemers in staat stellen effectieve netwerken op te bouwen en strategische allianties op mondiaal niveau te onderhandelen, waardoor hun actieve en gelijkwaardige deelname aan de internationale markt wordt aangemoedigd.

Hoofdstuk 4: Effectieve strategieën voor de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven

Om een succesvolle internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven te bewerkstelligen, is het essentieel om effectieve strategieën te hebben die de specifieke uitdagingen aanpakken waarmee deze bedrijven op de mondiale markten worden geconfronteerd. Hier zijn enkele van deze strategieën die VET-trainers aan hun studenten kunnen doorgeven om vrouwelijke ondernemers in dit proces te helpen:

- **• Uitgebreid marktonderzoek:** Het starten van het internationaliseringsproces met een grondig onderzoek van de doelmarkt is essentieel. Opleiders moeten vrouwelijke ondernemers leren markttrends te analyseren, concurrentie te identificeren en consumentenvoorkeuren in het doelland of de doelregio te begrijpen (Marktonderzoek en concurrentieanalyse, 2024).
- **• Ontwikkeling van strategische allianties:** Het is belangrijk om de oprichting van strategische allianties met lokale partners op internationale markten aan te moedigen, aangezien deze de toegang tot en aanpassing aan het nieuwe zakelijke klimaat kunnen vergemakkelijken. Trainers moeten ondernemers leren sterke relaties te identificeren en op te bouwen met lokale zakenpartners die belangrijke kennis en middelen kunnen leveren.
- **• Product- of dienstaanpassing:** Het is essentieel om het aangeboden product of de dienst aan te passen aan de behoeften en voorkeuren van de doelmarkt. VET-docenten moeten vrouwelijke ondernemers opleiden om aanpassingen in hun aanbod door te voeren, rekening houdend met de culturele, regelgevende en vraagverschillen op de internationale markt.
- **• Gebruik van digitale technologie en platforms:** In het digitale tijdperk kan het benutten van technologie en digitale platforms een krachtig instrument zijn voor internationale expansie. Trainers moeten ondernemers leren digitale hulpmiddelen te gebruiken voor de promotie, distributie en beheer van hun producten of diensten op de mondiale markten.
- **• Toegang tot internationale financiering:** Het is belangrijk om financiering te krijgen voor internationale expansie kan een uitdaging zijn voor vrouwelijke ondernemers. Trainers moeten vrouwelijke ondernemers begeleiden bij de verschillende financieringsopties die op internationaal niveau beschikbaar zijn, waaronder investeringsfondsen, internationale bedrijfsleningen en specifieke financiële steunprogramma's voor vrouwelijke ondernemers.
- **• Risicobeheer en naleving van de regelgeving:** Trainers moeten vrouwelijke ondernemers bewust maken van de risico's die gepaard gaan met internationalisering, zoals financiële, juridische en operationele risico's. Het versterken van ondernemers op het gebied van risicobeheer en naleving van de regelgeving op internationale markten zal helpen obstakels te

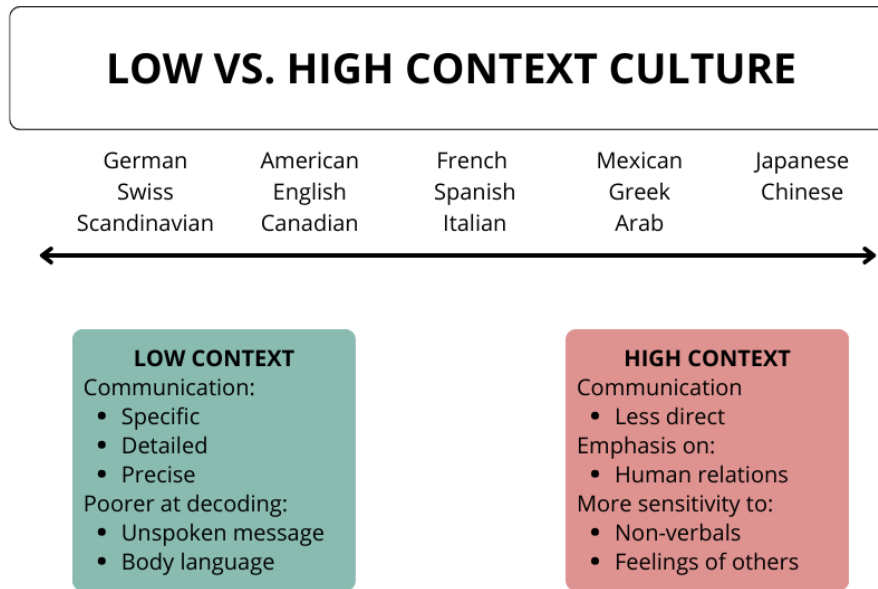
minimaliseren en het succes van hun bedrijven in het buitenland op de lange termijn te garanderen.

- **Cultiveer een mondiaal netwerk van contacten:** Het bevorderen van de opbouw van een sterk en divers netwerk van contacten op internationaal niveau kan vrouwelijke ondernemers toegang bieden tot middelen, samenwerkingsmogelijkheden en onschatbare steun. Trainers moeten ondernemers leren deel te nemen aan netwerkevenementen, beurzen en online platforms om hun netwerk van contacten wereldwijd uit te breiden.

Hoofdstuk 5: Culturele aanpassing en mondiale competentie

Om de doelstellingen van de training te verwezenlijken en om trainers van beroepsonderwijs en -opleiding te voorzien van de noodzakelijke instrumenten om de internationalisering van door vrouwen geleide bedrijven te ondersteunen, is het essentieel om culturele aanpassing en mondiale competentie als cruciale aspecten van dit proces te beschouwen. In dit gedeelte wordt het belang onderzocht van het begrijpen van en omgaan met culturele verschillen op internationale markten, en van het ontwikkelen van het vermogen om zich met succes aan te passen aan diverse mondiale omgevingen.

Ten eerste is het essentieel om de relevantie van culturele aanpassingen voor het succes van door vrouwen geleide bedrijven op de internationale arena te benadrukken. VET-trainers moeten begrijpen dat elke markt zijn eigen regels, waarden en bedrijfspraktijken heeft, en dat het vermogen om zich aan deze culturele verschillen aan te passen het verschil kan maken tussen succes en mislukking bij de mondiale expansie van een bedrijf. Daarom wordt de noodzaak benadrukt om vaardigheden op het gebied van culturele gevoeligheid en empathie te ontwikkelen om de perspectieven en verwachtingen van klanten, zakenpartners en werknemers in verschillende culturele contexten te begrijpen. Houd er rekening mee dat er culturen zijn met een hoge en een lage context, en dat in elk daarvan de communicatie- en werkstijlen verschillend zijn (Navigator, 2022):



Praktische strategieën voor culturele aanpassing en mondiale competentie moeten ook worden onderzocht. VET-trainers zullen leren belangrijke culturele verschillen te identificeren en erop te anticiperen die de bedrijfsstrategie kunnen beïnvloeden, van communicatie en marketing tot talentonderhandelingen en management. Er zullen concrete voorbeelden worden gepresenteerd van bedrijven die zich met succes hebben aangepast aan verschillende culturen en markten, waarbij de effectieve strategieën en praktijken worden benadrukt die zij hebben toegepast om culturele uitdagingen te overwinnen en sterke relaties op te bouwen met klanten en internationale partners.

Daarnaast zal het belang van mondiale concurrentie worden besproken als een fundamentele vaardigheid voor door vrouwen geleide bedrijven die internationaal willen uitbreiden. VET-trainers zullen vrouwelijke ondernemers leren hoe ze een mondiale mentaliteit onder vrouwelijke ondernemers kunnen bevorderen, waardoor nieuwsgierigheid, openheid voor verandering en het vermogen om te leren van nieuwe ervaringen en culturele perspectieven worden bevorderd. Het zal het belang benadrukken van permanente educatie en professionele ontwikkeling bij het opbouwen van mondiale competenties, evenals de noodzaak om beschikbare netwerken en middelen te benutten om de internationale visie en het bereik van door vrouwen geleide bedrijven te verbreden..

Leeractiviteiten

Activiteit 1. Onderzoek naar internationaliseringstrends

Onderzoek en verzamel informatie over de huidige internationaliseringstrends in door vrouwen geleide bedrijven in verschillende delen van de wereld. Dit kunnen groeistatistieken, verdere expansiesectoren, gebruikte strategieën voor markttoegang en opmerkelijke succesverhalen omvatten.

Activiteit 2. PESTEL-analyse voor internationalisering

Voer een PESTEL-analyse uit voor een specifieke internationale markt waarin een door vrouwen geleid bedrijf overweegt uit te breiden. Om dit te doen, analyseert u alle volgende aspecten van de nieuwe doelmarkt: politiek, economisch, sociaal, technologisch, ecologisch en juridisch.

POLITICAL
ECONOMIC
SOCIAL
TECHNOLOGICAL
ECOLOGICAL
LEGAL

Activiteit 3. Planning van de toegangsstrategieën tot de internationale markt.

Ontwikkel een gedetailleerd plan voor de toegang tot de internationale markt van een bedrijf geleid door vrouwen. U kunt zich concentreren op een specifieke doelmarkt en strategieën ontwikkelen om producten of diensten aan te passen, distributiekkanalen te identificeren en relaties op te bouwen met lokale klanten en partners.

Activiteit 4. Vergelijking van communicatiestijlen in landen met een hoge context en landen met een lage context

Onderzoek en vergelijk de communicatiestijl in een land met een hoge context en een land met een lage context. Kies hiervoor landen die deze twee soorten contexten vertegenwoordigen, zoals Japan (hoge context) en Duitsland (onder context).

WOMENIN Training Course



Module 5

Resourcemanagement en strategische planning

Module 5: Hulpbronnenbeheer en strategische planning

Invoering

In het dynamische landschap van ondernemerschap, vooral binnen de context van de Europese Unie, is de vraag naar een meer inclusieve en rechtvaardige aanpak nog nooit zo uitgesproken geweest. Deze roep om inclusiviteit reikt verder dan de conventionele domeinen van de technische en conceptuele

aspecten van ondernemerschap; het omvat de unieke uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd. Module 5 van deze training, getiteld 'Hulpbronnenbeheer en strategische planning', erkent deze noodzaak, heeft tot doel trainers te voorzien van de essentiële hulpmiddelen om door de wereld van hulpbronnenbeheer en strategische planning te navigeren in de ondernemersreis van vrouwen.

Leerdoelen

Het primaire doel van deze module is om VET-trainers uit te rusten met een uitgebreid inzicht in de veelzijdige aspecten van resource management, waaronder tijd, personeel, bureaucratie en financiën, gekoppeld aan de strategische planning die noodzakelijk is om zakelijk succes te garanderen. Deze strategische focus heeft tot doel de conventionele opleidingsbenaderingen te overstijgen en trainers de capaciteit bij te brengen om de specifieke uitdagingen aan te pakken waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd. Via dit educatieve programma zullen trainers niet alleen diepgaande inzichten verwerven in de hindernissen en kansen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd, maar zullen ze ook essentiële competenties ontwikkelen om deze kennis effectief over te dragen.

Educatieve inhoud

Hoofdstuk 1. Tijdmanagement en afstemming tussen werk en privéleven

Navigeren door het veeleisende landschap van ondernemerschap vereist een strategische benadering van timemanagement, gekoppeld aan een scherp begrip van de complexiteit die gepaard gaat met het harmoniseren van werk en privéleven. Dit hoofdstuk is van groot belang in de context van het versterken van vrouwelijke ondernemers. We erkennen de unieke uitdagingen waarmee zij worden geconfronteerd en verdiepen ons in bewezen strategieën en praktische inzichten die niet alleen de tijdsbesteding optimaliseren, maar ook een gevoel van evenwicht bevorderen tussen professionele ambities en persoonlijk welzijn.

De basis van effectief tijdmanagement en technieken voor het prioriteren van taken

Voordat we effectief tijdmanagement in een ondernemersomgeving gaan overwegen, is het belangrijk om een aantal basisprincipes vast te stellen die ons altijd moeten vergezellen bij het nastreven van dit doel. Als we bevredigende en langdurige resultaten verwachten, moeten we ons bewust zijn van de noodzaak om onze middelen, aandacht, inspanning en tijd te investeren, zonder welke we niet kunnen verwachten de gewenste resultaten te bereiken. Alleen door de juiste mentale houding aan te nemen, regelmatig te werken aan het veranderen van onze gewoonten en te proberen goede

tijdmanagementmethoden dagelijks in de praktijk te brengen, kunnen we een meetbaar resultaat bereiken. Het leren van de juiste technieken, het implementeren ervan in onze dagelijkse routine en het op de juiste manier toepassen ervan, ook al is dit veeleisend, is de enige effectieve manier om onszelf te verbeteren.

Het tweede uitgangspunt, waarop het volgende deel van de cursus gebaseerd zal zijn, is het organiseren van onze taken op basis van hun belang in plaats van urgentie. Actie die wordt gedicteerd door het paradigma van urgentie is een soort mentale valkuil die weliswaar een illusoir gevoel van voldoening en zelfontplooiing biedt, maar uiteindelijk het nastreven van onze doelen zal vertragen. Een belangrijke eerste stap zal daarom zijn dat we ons opnieuw gaan concentreren op het prioriteren van taken en uitdagingen die van belang zijn.

Een eenvoudig, maar zeer krachtig idee dat perfect aansluit bij deze aanpak is de tweeminutenregel. Het werkingsprincipe is ook niet ingewikkeld: als uw volgende activiteit in minder dan **twee minuten** kan worden gedaan, doe het dan meteen. Het enige dat u hier hoeft te beslissen, is of u deze taak überhaupt gaat uitvoeren. Als dit niet het geval is, kan het worden weggegooid. Als dat zo is, zal het uitstellen, organiseren en beheren van veel van dergelijke taken, die zich onvermijdelijk zullen opstapelen als ze niet onmiddellijk worden aangepakt, meer tijd in beslag nemen dan het daadwerkelijk oplossen ervan. Mensen die besloten deze methode eens te proberen, waren vaak verrast hoeveel van hun taken tot deze categorie behoorden. Als resultaat van het gebruik van deze techniek zul je uiteindelijk meer vrije tijd beschikbaar hebben, die je vervolgens kunt besteden aan het concentreren op de belangrijker taken of het kunt gebruiken als kwaliteitsvolle ontspanningstijd, wat ook een cruciaal onderdeel is van elke efficiënte werkroutine. .

Optimalisatie van de productiviteit en het bereiken van werk-privéverzoening

Een van de belangrijkste termen waarmee u vertrouwd moet raken als het gaat om het optimaliseren van onze prestaties, is de term 'diep werk'. Het is bedacht door Cal Newport en uitgebreid besproken in zijn boek onder dezelfde titel. Het kan worden omschreven als een specifieke toestand van onze geest zonder afleiding, die in deze diepe concentratiemodus met zijn volledige potentieel kan werken. In deze toestand zijn we in staat om te creëren, onze vaardigheden te verbeteren en prestaties te bereiken die 'oppervlakkig werk' (het tegenovergestelde van het 'diepe werk', het uitvoeren van logistieke, gemakkelijk te repliceren taken) niet mogelijk maakt. Er bestaan verschillende regels, waarvan de introductie in onze levensstijl het voor ons gemakkelijker zou moeten maken om deze toestand binnen te gaan en in deze module zullen we ons concentreren op de twee belangrijkste, vooral relevant in de moderne tijd: 1. Verminder digitale afleidingen en 2. Omarm verveling

De meesten van ons hebben waarschijnlijk gemerkt dat online netwerktools en -apps die zijn ontwikkeld om ons te helpen nieuwe zakelijke contacten te leggen of op de hoogte te blijven van de nieuwste onthullingen in de branche, niet alleen een groot deel van onze tijd in beslag nemen, maar ons ook vaak naar zichzelf toe trekken, zelfs als we hebben ze op dit moment niet nodig. Na lange perioden van dergelijk functioneren worden onze hersenen ‘opnieuw bedraad’ om deze ervaringen op te zoeken, om ze te verkiezen boven elke moeilijke taak of uitdaging. Een gevaarlijk effect van dit fenomeen is een onvermogen om zich te concentreren, om in de bovengenoemde staat van diep werk te komen, om alle afleidingen opzij te zetten en zich uitsluitend op de taak te concentreren. Daarom is het zo cruciaal om je bewust te zijn van deze mentale valkuilen en te proberen ze actief te weerstaan. Een van de effectieve methoden om met dit probleem om te gaan, is het zorgvuldig selecteren van de applicaties die we besluiten te gebruiken. Cal Newport stelt de implementatie van The Craftsman Approach voor gereedschapsselectie voor. Het idee is simpel: kies de belangrijkste kenmerken die zorgen voor succes en geluk in uw carrière en privéleven. Analyseer of het adopteren van een tool een significant verschil zal hebben in de onderzochte factoren, zowel positief als negatief. Dankzij de introductie van deze methode in uw persoonlijke en professionele leven, merkt u mogelijk een grote verbetering in uw vermogen om zich te concentreren en langer geconcentreerd te blijven. periode.

Het laatste dat we in dit hoofdstuk willen bespreken, maar ook cruciaal is voor het behouden van topprestaties, productiviteit en een goed evenwicht tussen werk en privéleven, is het omarmen van verveling en het bewust zijn van de mogelijkheden van nietsdoen. Hoewel dit idee in eerste instantie misschien contra-intuïtief lijkt, kunnen we de kracht van het laten rusten, rusten, verfrissen en regenereren van onze geest niet negeren. Deze benadering is vooral relevant in de moderne tijd, waarin niet alleen van onze geest wordt verwacht dat hij dagelijks waardevolle resultaten produceert, maar ook voortdurend wordt overspoeld met overweldigende hoeveelheden informatie. Er zijn veel oplossingen voor deze uitdaging, sommige omvatten zelfs een volledige en letterlijke ontsnapping aan de huidige plichten en taken, om tijd door te brengen met de natuur, losgekoppeld van welk communicatieapparaat dan ook, maar altijd met als doel de professionele prestaties te verbeteren. Een veel universele en gemakkelijker toe te passen methode om met deze druk om te gaan, is echter het stellen van één regel: verwerp na uw werkdag of een specifiek tijdstip van de dag alle werkgerelateerde gedachten en maak uw geest ervan vrij. Als u meer tijd nodig heeft om uw taken uit te voeren, kunt u uw werktijd verlengen, maar nadat u ze hebt voltooid, kunt u uw gedachten volledig afleiden van professionele problemen. Deze eenvoudige verandering, indien correct geïmplementeerd, zal naar verwachting uw stress aanzienlijk verminderen, de hoeveelheid vrije tijd van hoge kwaliteit en algeheel welzijn, en heeft een positieve invloed op uw werkprestaties en uw vermogen om uw doelen te bereiken.

Hoofdstuk 2: Personeelsbeheer

‘Een geweldige visie zonder geweldige mensen is niet relevant.’ Deze woorden van James Collins, een Amerikaanse expert op het gebied van bedrijfsmanagement en carrièregroei, zijn een perfecte belichaming van de kwesties die in dit hoofdstuk worden besproken. Hieronder zullen we ons concentreren op het belang van een goede omgang met het team van bedrijfsmedewerkers, vanaf hun acquisitieproces tot het beheer van hun verdere werkzaamheden. Dat alles is bedoeld om te zorgen voor het creëren van een vriendelijke, begripvolle werkomgeving, waar alle betrokkenen profijt van zullen hebben, terwijl het hele bedrijf in staat wordt gesteld soepel te werken en geweldige resultaten te behalen.

Talentverwerving

De eerste en vaak belangrijkste stap bij het opbouwen van een team voor het bedrijf is het kiezen van de juiste kandidaten voor de vacante posities. Het is een cruciaal onderdeel dat in grote mate zal beslissen of het bedrijf succesvol zal zijn of zal falen. John Zillmer, de CEO van Allied Waste, die in de eerste 18 maanden van zijn ambtstermijn een waardegroei van 67% van het bedrijf realiseerde, zegt dat ik denk dat de snelste manier om de prestaties van een bedrijf te verbeteren het verbeteren van het talent van de beroepsbevolking is. of het nu de ultieme leider is of iemand die een divisieorganisatie leidt. Het geeft het bedrijf juist energie en leidt tot positieve dingen. Daarom zal het eerste deel van dit hoofdstuk gewijd zijn aan een specifieke manier om ideale kandidaten voor hun rol te werven, met de steun van de “A-methode”.

Simpel gezegd is de A-methode een reeks regels voor de persoon die verantwoordelijk is voor de aanwerving, die de kans vergroot om de juiste persoon voor de functie te kiezen – een zogenaamde “A-speler” (een persoon met een hoge kwalificatie, toegewijde aan hun werk en dit boven alles waarden, waardoor de baan zeer goed past, zowel vanwege hun vaardigheden en kennis, maar ook dankzij de afstemming van hun waarden en perspectieven op de missie van het bedrijf)

De A-methode bestaat uit vier belangrijke elementen:

Scorekaart: *een reeks verwachtingen ten aanzien van de geïnterviewde, een lijst met specificaties voor de uitkomsten, om deze als bevredigend te kunnen identificeren. De scorekaart moet kenmerken bevatten als de missie die moet worden volbracht; de scorekaart moet duidelijk en beknopt zijn; Resultaten die de kandidaat naar verwachting zal bereiken, niet zijn activiteiten, maar de dingen die hij moet doen; Competenties die ze zouden moeten bezitten, waarbij hun eigenschappen zowel culturele als gedragsmatige aansluiting garanderen;*

Bron: *deze stap moedigt aan om een lijst bij te houden van kandidaten die klaar zijn om in dienst te treden wanneer zich een specifieke opportuniteit voordoet;*

Selecteren: het uitvoeren van een reeks uitgebreide interviews met als doel gedetailleerde kennis over de geïnterviewde te verzamelen, de scorekaart in te vullen en een weloverwogen beslissing te nemen;

Verkopen: een gewenste kandidaat overtuigen om zich bij uw team aan te sluiten, gebruikmaken van het feit dat hij of zij bij het bedrijf past, vrijheid bieden bij het nemen van beslissingen, een aantrekkelijk salaris of leuke activiteiten op het werk

Personeelsbeheer

De omgeving waarin we allemaal functioneren, verandert voortdurend. Verandering is onvermijdelijk en het beste wat we kunnen doen is ons eraan aanpassen; het is de enige manier om te gedijen in dit steeds veranderende landschap. De arbeidsmarkt is geen uitzondering. De recente COVID-19-pandemie heeft ons alle kracht van werken op afstand laten zien. Maar het idee om werknemers meer vrijheid te bieden dan in een klassieke kantoorwerkomgeving is niet nieuw. Een mooi voorbeeld van het benutten van het potentieel van autonome medewerkers is de voormalige CEO van het bedrijf Meddus, Jeff Gunther, en het experiment dat hij begin 2009 in zijn bedrijf uitvoerde. Het idee was simpel: medewerkers hoefden niet naar hun werk te komen, werken en op bepaalde tijden naar huis gaan. Ze hoefden helemaal niet op kantoor te blijven. Het enige dat voor Jeff telde, waren de resultaten.

Zolang je je werk gedaan kreeg, was er geen verschil waar, wanneer of hoe je het deed. Deze aanpak wordt ROWE genoemd: een werkomgeving die uitsluitend op resultaten gericht is. Het experiment van Jeff was op zijn zachtst gezegd een succes: gedurende de drie maanden dat het team duurde steeg de productiviteit en nam de stress af. Uiteindelijk is deze workflow definitief overgenomen in Meddus. Zoals de CEO zei: management gaat niet over rondlopen en kijken of er mensen op kantoor zijn. Het gaat erom de omstandigheden te creëren waarin mensen hun beste werk kunnen doen. Geld kan slechts tot op zekere hoogte een motivator zijn, maar zodra aan de behoeften van een individu en zijn gezin is voldaan, komen andere waarden naar voren. Vrijheid en autonomie zijn deze dingen, en in veel gevallen, vooral voor werknemers die zich richten op creatief, innovatief werk, zal het bieden van mogelijk comfortabele werkomstandigheden ertoe leiden dat het team veel beter presteert dan wanneer ze zouden werken in een beperkte, stressvolle omgeving. omgeving, alleen gemotiveerd door de visie om betaald te krijgen.

Hoofdstuk 3. Bureaucratie en financiering

Moderne ondernemersactiviteiten worden strikt gereguleerd door verschillende wetten en regels, en om een succesvolle zakenvrouw te worden, is het van cruciaal belang om deze goed te begrijpen. Dit hoofdstuk zal gewijd zijn aan het vinden van uw weg door een complexe wereld van ondernemersregelgeving en aan het opdoen van essentiële kennis over het managen van uw bedrijf vanuit financieel oogpunt, wat nodig is om in deze omgeving te kunnen gedijen.

Zakelijke bureaucratie

Bedrijfsbureaucratie is een reeks regels die het functioneren van een bepaalde onderneming of organisatie bepalen. Hun complexiteit hangt af van de grootte van het bedrijf, maar ze dienen altijd vergelijkbare doeleinden: het reguleren van verschillende procedures, de verantwoordelijkheden van werknemers, intern en extern beleid, enz. Correct toegepaste bureaucratie in een bedrijf kan tot positieve effecten leiden, maar te uitgebreide en beperkende regels kunnen de voortgang van uw bedrijf belemmeren.

Met de volgende tips minimaliseert u onnodige bureaucratie in uw organisatie:

- 1. Blijf gefocust op resultaten.** Stel regels en regels niet boven productiviteit en creëer geen comfortabele werkruimte voor uw werknemers. Waardeer resultaten in plaats van procedures.
- 2. Optimaliseer uw workflow.** Zoek naar creatieve oplossingen om de hoeveelheid tijd die u besteedt aan repetitieve, eenvoudig te automatiseren taken tot een minimum te beperken.
- 3. Geef je medewerkers autonomie.** Verhoog de productiviteit van uw team door hen meer vrijheid te geven bij het nemen van beslissingen en het streven naar de beste resultaten.

Financiering

Als onderdeel van dit segment van de cursus bieden wij u belangrijke informatie over financieringsbenaderingen voor het groeiende bedrijf. Het doel is om u uit te rusten met een gedetailleerde inventaris van mogelijke financieringsbronnen waarmee u toegang krijgt tot de nodige middelen voor het opzetten van uw bedrijf en voor strategische investeringen naarmate uw bedrijf groeit.

Source	Beschrijving	Kenmerken
De oprichters	Investering van oprichters, inclusief contant geld, tijd en middelen.	Toont betrokkenheid; beperkte schaalbaarheid zonder externe fondsen.
De 3F's	Vroegfasefinanciering vanuit hechte netwerken, gebaseerd op vertrouwen in het idee of de ondernemer.	Snel geld, beperkt in vergelijking met grotere investeringsmogelijkheden.
(familie, vrienden, dwazen)	Investering van ervaren ondernemers die kapitaal, netwerken en sectorkennis	Effectief voor start- en startfinanciering.

	aanbieden.	
Engelen/informeel	Financiering van een grote groep mensen online, vaak via platforms als Kickstarter of Indiegogo.	Verhoogt het publieke bewustzijn; succes hangt af van de aantrekkingskracht van het product.
Crowdfunding	Financiële steun van overheidsprogramma's of organisaties die gericht zijn op het stimuleren van ondernemerschap of innovatie.	Relevant in verschillende bedrijfsfasen; onderworpen aan specifieke criteria.
Subsidies	Financiering door professionele beleggingsondernemingen voor snelgroeiende bedrijven, die kapitaal en expertise verschaffen.	Waardevol voor snelle schaalvergroting met bewezen levensvatbaarheid op de markt.
Durfskapitaal/private equity	Leningen van banken voor stabiele bedrijven met onderpand, lager risico en terugbetalingsvermogen.	Handig voor bedrijven met onderpand; beperkte schaalbaarheid.

Hoofdstuk 4. Het belang van strategische planning voor zakelijk success

Volgens Patrick Bet-David in het boek “Your Next Five Moves. Master the Art of Business Strategy”, hangt succes in de zakenwereld voor een groot deel af van uw vermogen om vooruit te denken en vooruit te plannen. Om altijd meerdere stappen vooruit te denken en bereid te zijn te reageren op de effecten die uw eerdere actie had op uw eigen situatie en de omgeving. Hieronder presenteren we een aantal tips om u te helpen een strateeg te worden: het 5 Moves Plan, voor het eerst voorgesteld door Patrick Bet-David in zijn boek Your Next Five Moves. Beheers de kunst van bedrijfsstrategie:

- 1. Zet 1:** Leer jezelf kennen. Begin met jezelf vragen te stellen: wie ben ik, wat wil ik bereiken? Een goed ontwikkeld zelfbewustzijn is de sleutel tot het leggen van de basis voor al uw toekomstige

inspanningen, aangezien het afstemmen van uw doelen op de ondernomen inspanningen u er altijd toe zal aanzetten deze te bereiken.

2. Zet 2: Beheers het vermogen om te redeneren. Leer hoe u problemen kunt verwerken en verantwoordelijkheid kunt nemen voor uw acties. Aarzel niet om uw fouten toe te geven en zorg ervoor dat u weet hoe u deze in de toekomst kunt voorkomen. Verwerk de problemen die je tegenkomt en begin de zin af te sluiten met het woord 'ik', om erachter te komen wat je beter zou kunnen doen.

3. Zet 3: Beheers het bouwen van het juiste team. Je kunt niet in je eentje winnen. Zoals eerder vermeld heb je een goed A-team nodig. Maar in plaats van je uitsluitend te concentreren op de waarde die je van hen krijgt, kun je jezelf de vraag stellen: "Wat kan ik ze geven om hun leven te verbeteren?"

4. Zet 4: Beheers de strategie om op te schalen. Kapitaliseer uw bedrijf, eis het beste van uw medewerkers, creëer momentum door tijdsbestekken te comprimeren zonder kwaliteit te verliezen, ontdek cruciale formules voor uw bedrijf en draag uw kennis over, wees voorbereid op de aanval van de concurrentie, ken de kwetsbaarheden van uw bedrijf.

5. Zet 5: Beheers machtsspelletjes. Identificeer het volgende bedrijf dat u wilt uitdagen en wees voorbereid op verschillende moeilijkheden onderweg. De potentiële beloning is de moeite waard. Maak gebruik van sociale media. Bestudeer voortdurend de interacties tussen entiteiten, om hun motivaties te kunnen herkennen.

Leeractiviteiten

Activiteit 1: Oefenen van de 2-minutenregel.

Denk na over uw dagelijkse taken die tot de categorie van 2 minuten behoren. Hoeveel heb je er geteld? Probeer vanaf morgen zoveel mogelijk van deze problemen meteen aan te pakken en kijk aan het eind van de dag hoeveel tijd het je heeft bespaard.

Activiteit 2: Voorbereiden van de interviews.

Stel je een scenario voor waarin je iemand aanneemt voor een cruciale rol in een fictief bedrijf. Identificeer de kerncriteria met behulp van de A-methode (Scorecard). Bereid een reeks vragen voor voor een proefinterview, waarbij de nadruk ligt op missie, resultaten en competenties.

Activiteit 3: Het vinden van uw geldbron.

Denk na over de financieringsbronnen die in hoofdstuk 3 worden genoemd. Kies een bron die resoneert met jouw idee en schrijf op waarom je voor deze methode hebt gekozen. Overweeg de kenmerken en potentiële voordelen van de gekozen financieringsmethode in de context van uw bedrijfsidee of hypothetische onderneming.

Activiteit 4. Denk na over een plan van vijf stappen en beantwoord deze vragen in de context ervan:

- 1. Zelfreflectie:** Noem drie persoonlijke of professionele doelen. Beoordeel hoe ze aansluiten bij uw vaardigheden en ambities.
- 2. Leer van fouten:** Identificeer een recente uitdaging. Schrijf op wat je hebt geleerd, hoe je soortgelijke problemen kunt voorkomen en welke verbeteringen je zou aanbrengen.
- 3. Teambuilding:** Stel je voor dat je het welzijn van je team verbetert. Noem drie acties die u kunt ondernemen om hun werklevens te verbeteren.
- 4. Schaalstrategie:** denk na over uw bedrijf. Stel je de groei ervan voor. Schets twee stappen om kansen en schaalgrootte te benutten.

Activiteit 5. Casestudy: Sara Blakely - Beheer van hulpbronnenbeheer

Achtergrond: Sara Blakely, oprichtster van Spanx, is een voorbeeld van vindingrijk ondernemerschap. Ze begon als verkoopprofessional en wist met succes de uitdagingen aan te gaan om een ondergoedimperium van miljoenen dollars op te bouwen.

Belangrijkste elementen:

- 1. Tijdmanagement en evenwicht tussen werk en privéleven:** Het balanceren van een fulltime baan en het ontwikkelen van Spanx buiten kantooruren demonstreerde Blakely's effectieve tijdmanagement, waarbij de toewijding aan ondernemingsdoelen werd benadrukt.
- 2. Talentverwerving en teambuilding:** Blakely's succes ligt in strategische talentverwerving. Door een team samen te stellen dat aansluit bij haar visie, versterkte ze de capaciteiten van Spanx en stimuleerde ze de groei ervan.
- 3. Bureaucratie en financiering:** Blakely ging op bekwaame wijze om met zakelijke complexiteiten en demonstreerde verstandig gebruik van hulpbronnen en bekwaam financieel beheer in de vroege stadia van Spanx.
- 4. Strategische planning:** Blakely's strategische stappen, waaronder het kapitaliseren op de marktvraag en het wereldwijd uitbreiden, hebben bijgedragen aan het grote succes van Spanx.

Impact en lessen: Sara Blakely's reis biedt cruciale lessen op het gebied van timemanagement, talentverwerving, financieel inzicht en strategische planning. Aspirant-ondernemers kunnen inspiratie

putten uit haar vindingrijke aanpak en haar vermogen om uitdagingen te overwinnen, en leren effectief hun ondernemerspad te volgen.

VROUWEN Trainingscursus



Module 6

**Inclusief taalgebruik en effectieve
communicatie**

Module 6: Inclusief taalgebruik en effectief Communicatie

Invoering

Taal heeft de opmerkelijke kracht om mensen bij elkaar te brengen en verdeeldheid onder ons te creëren. De Sapir-Whorf-hypothese (The Stanford Encyclopedia of Philosophy, z.d.) of taalkundige relativiteitshypothese is sinds de jaren vijftig een onderwerp van uitgebreid onderzoek in academische kringen, waarbij wordt onderzocht hoe taal onze gedachten, percepties en houdingen ten opzichte van de werkelijkheid vormt. Meer recentelijk hebben wetenschappers de onderlinge samenhang tussen taal, communicatie, zakendoen, organisatiestructuur en betrokkenheid van belanghebbenden onderzocht, waarbij aspecten als diversiteits- en inclusie management en milieu-, sociale en governance-strategieën (ESG) in aanmerking werden genomen.

In deze context wordt taal onder de loep genomen als een cruciale factor bij het opbouwen van een divers en duurzaam personeelsbestand dat floreert binnen een inclusieve bedrijfsomgeving en tolerantie en aandacht voor anderen bevordert. Het belang van inclusieve communicatie en het gebruik van neutraal taalgebruik heeft de aandacht getrokken van DE&I-experts en professionals op verschillende gebieden, waaronder public relations, human resources (HR), bedrijfscommunicatie, management en overheidsinstellingen. Ondanks het toenemende bewustzijn ontberen het concept en de praktische implementatie van neutrale en inclusieve communicatie echter vaak duidelijke richtlijnen.

Binnen dit evoluerende verhaal strekt onze focus zich uit tot een cruciaal aspect: de invloed van taal op het ondernemerschap van vrouwen in de Europese Unie (EU). Taal is niet alleen een hulpmiddel om ideeën over te brengen; het is een spil in het opbouwen van een personeelsbestand dat gedijt in een inclusieve bedrijfsomgeving, waarbij tolerantie en aandacht worden bevorderd. De lens waardoor we dit fenomeen onderzoeken, omvat niet alleen D&I-management, maar strekt zich ook uit tot vitale aspecten zoals milieu-, sociale en governance-strategieën (ESG).

Terwijl we deze module doorlopen, worden we geconfronteerd met de Sapir-Whorf-hypothese, aangezien deze verweven is met de hedendaagse realiteit, waarbij we de rol van taal aanpakken bij het creëren van omgevingen die verschillende perspectieven verwelkomen, respecteren en overwegen. Stuk voor stuk navigeren we door het complexe terrein van inclusieve taal, waarbij we de definitie, betekenis en praktische implementatie ervan onderzoeken. Onze module ontvouwt zich met een verkenning van de uitdagingen en hiaten die de effectieve inzet van inclusieve taal belemmeren, waarbij de barrières worden erkend die moeten worden ontmanteld voor vooruitgang.

De module wordt afgesloten met het aanbieden van concrete oplossingen, waarbij verschillende vormen van inclusief taalgebruik worden getoond die toepasbaar zijn in de werkomgeving en in kringen van vrouwelijk ondernemerschap. Van genderneutrale termen tot diverse vertegenwoordiging en flexibel taalgebruik over familie zaken: deze bruikbare strategieën stellen organisaties in staat bij te dragen aan een meer ondersteunende en empowerende omgeving.

Specifieke doelen

Trainers die zich met deze module bezighouden, beginnen aan een ontwikkelingsreis, waarbij ze de vaardigheden en kennis cultiveren die nodig zijn om impactvolle inclusieve taaltrainingen binnen hun netwerk te geven.

Ten eerste zullen trainers zich verdiepen in het vertrouwd raken met inclusieve taalconcepten, waardoor ze een diepgaand inzicht krijgen in de relevantie ervan bij het bevorderen van D&I binnen bedrijfsomgevingen. Deze fundamentele kennis zal dienen als basis voor het effectief begeleiden van deelnemers. Het demonstreren van praktische toepassingen is een belangrijk aandachtspunt, aangezien trainers vaardigheid ontwikkelen in het identificeren en implementeren van inclusieve communicatiestrategieën. Het doel is om tastbare voorbeelden aan te bieden die zijn afgestemd op de bedrijfscontext, zodat deelnemers deze principes gemakkelijk kunnen toepassen in hun professionele communicatie.

Het faciliteren van discussies over onbewuste vooroordelen blijkt een andere cruciale vaardigheid. Trainers zullen hun vermogen demonstreren om deelnemers te begeleiden door gesprekken over onbewuste vooroordelen in taal, waarbij ze praktische hulpmiddelen en strategieën aanreiken voor individuen om vooroordelen in hun communicatie te identificeren en te verminderen. Ook wordt het waarborgen van de toegankelijkheid bij het aanbieden van trainingen cruciaal, waarbij trainers vaardigheden ontwikkelen om trainingsmateriaal en -methoden toegankelijk te maken voor individuen met uiteenlopende vaardigheden, waardoor de inclusiviteit in leeromgevingen wordt bevorderd.

Het bevorderen van een diverse vertegenwoordiging in al het bedrijfscommunicatiemateriaal is een tastbaar doel. Trainers zullen pleiten voor en het belang demonstreren van het laten horen van diverse stemmen, waardoor een meer inclusief verhaal binnen het bedrijf wordt bevorderd. Ten slotte zullen de trainers zich richten op het integreren van inclusieve taalpraktijken in de dagelijkse bedrijfscommunicatie, waardoor een cultuur wordt bevorderd waarin diverse perspectieven niet alleen worden erkend maar ook worden gevierd.

Door deze doelstellingen te bereiken, zullen trainers goed voorbereid zijn om impactvolle inclusieve taaltrainingen binnen hun bedrijf te leiden, wat bijdraagt aan een meer inclusieve, respectvolle en diverse bedrijfscultuur.

Educatieve inhoud

Educatieve inhoud

Volgens het Europees Parlement is “genderneutraal taalgebruik een generieke term die het gebruik van niet-seksistisch taalgebruik, inclusieve taal of gender-eerlijke taal omvat. Het doel van sekseneutraal taalgebruik is het vermijden van woordkeuzes die kunnen worden geïnterpreteerd als bevooroordeeld, discriminerend of vernederend door te impliceren dat één geslacht of sociaal geslacht de norm is. Het gebruik van gender-eerlijke en inclusieve taal helpt ook om genderstereotypen te verminderen, bevordert sociale verandering en draagt bij aan het bereiken van gendergelijkheid” (Gender-Neutral Language in the European Parliament, 2018).

Inclusieve communicatie, zoals gedefinieerd door The Royal College of Speech and Language Therapists, is een benadering die tot doel heeft zoveel mogelijk individuen bij interacties te betrekken, terwijl de verschillende manieren worden erkend waarop mensen zichzelf waarnemen en uitdrukken. Deze aanpak moedigt het gebruik van alle beschikbare communicatiemethoden aan om wederzijds begrip te vergemakkelijken. Inclusieve taal omvat binnen dit raamwerk uitdrukkingen die respect weerspiegelen, zonder vooroordelen, aannames en stereotypen.

Het doel van het gebruik van inclusieve taal is het creëren van een omgeving die gastvrij en respectvol is en rekening houdt met verschillende perspectieven, achtergronden en identiteiten. Dit omvat het selecteren van woorden en zinsneden die neutraal, respectvol en bevestigend zijn, en het vereist vaak dat je op de hoogte blijft van veranderende maatschappelijke normen en taalvoorkeuren om ervoor te zorgen dat communicatie inclusief en gevoelig blijft voor een divers publiek. (Genderinclusieve taal, 2021)

Hoofdstuk 2: Inclusieve taal en het belang ervan in de ondernemersinspanningen van vrouwen

Laten we, terwijl we de aanzienlijke impact van taal op het vormgeven van onze percepties en houdingen onderkennen, eens kijken hoe inclusieve taal een cruciale rol speelt bij het creëren van een ondersteunende en stimulerende omgeving die op maat is gemaakt voor vrouwelijke ondernemers.

Inclusieve taal fungeert als een krachtige katalysator en slecht barrerières die de vooruitgang van vrouwen in ondernemerschap zouden kunnen belemmeren. Door doelbewust uitsluitende of bevooroordeelde termen te vermijden, bevordert het een omgeving waarin diversiteit niet alleen wordt erkend, maar ook wordt gevierd. (De diversiteitsstijlgids, 2019)

Binnen dit inclusieve raamwerk zijn we getuige van de ontwikkeling van een cultuur waarin samenwerking en respect centraal staan, twee essentiële elementen voor het succes van vrouwen in ondernemerschap. Inclusieve taal wordt het middel waarmee deze cruciale waarden niet alleen worden gecommuniceerd, maar ook diep verankerd in de ondernemersgemeenschap.

Door barrières te slechten wordt inclusieve taal een leidend licht dat vrouwelijke ondernemers uitnodigt in een ruimte waar hun ideeën, vaardigheden en bijdragen niet alleen worden erkend, maar ook gevierd. Het dient als een brug, verbindt individuen met verschillende achtergronden en ervaringen en creëert een omgeving waarin elke stem niet alleen wordt gehoord, maar ook wordt gewaardeerd.

Bovendien reikt de impact van inclusieve taal verder dan alleen communicatie; het wordt een katalysator voor het bevorderen van diversiteit binnen het ondernemerslandschap. De opzettelijke woordkeuze creëert een inclusief tapijt dat de rijkdom aan gevarieerde perspectieven weerspiegelt, waardoor de ondernemersreis toegankelijk en gastvrij wordt voor vrouwen uit alle lagen van de bevolking.



Image source: Adobe Stock (https://stock.adobe.com/cy_en/images/workshop-talk-workers-people-are-sitting-at-negotiating-table-vector-collective-thinking-and-brainstorming-company-information-analytics-vector-illustration/483803239)

Hoofdstuk 3: Belangrijkste barrières en hiaten

Het aanpakken van inclusief taalgebruik in de werkomgeving en in de kringen van vrouwelijk ondernemerschap impliceert het overwinnen van verschillende barrières en het opvullen van kritische hiaten. Enkele van de belangrijkste uitdagingen die aandacht behoeven, worden hieronder besproken.

Het navigeren door de uitdagingen van inclusief taalgebruik in de werkomgeving en vrouwelijk ondernemerschap brengt belangrijke gebieden aan het licht waarop verbeteringen nodig zijn. Een belangrijke uitdaging is het gebruik van gendergerelateerd taalgebruik en stereotypen, waardoor traditionele genderrollen worden versterkt en een minder inclusieve omgeving ontstaat. Om dit te overwinnen is er behoefte aan een bewuste verschuiving in taalkeuzes en aan een poging om het in stand houden van stereotypen te voorkomen; essentiële stappen in het overwinnen van diepgewortelde gendervooroordelen.

Een andere uitdaging ligt in het gebrek aan genderdiversiteit in leiderschaps- en besluitvormingsposities. Een beperkte vertegenwoordiging van vrouwen kan het taalbeleid en de communicatiestrategieën beïnvloeden, wat de noodzaak benadrukt om genderdiversiteit in deze rollen te bevorderen voor een meer inclusief perspectief.

Het aanpakken van onbewuste vooroordelen is van cruciaal belang, omdat vooroordelen onbedoeld in de communicatie kunnen sijpelen, wat tot uitsluiting kan leiden. Om deze kloof te overbruggen zijn trainingsprogramma's en bewustmakingscampagnes essentieel, waardoor individuen in staat worden gesteld onbewuste vooroordelen in taal te herkennen en te verminderen.

Onvoldoende voorlichting over het belang van inclusieve taal vormt een barrière en benadrukt de noodzaak van onderwijs- en trainingsprogramma's om individuen in staat te stellen inclusieve taal effectief te gebruiken.

De inconsistente implementatie van inclusief beleid binnen organisaties is een andere uitdaging. Zelfs als er beleid is, kan de inconsistente toepassing ervan de effectiviteit belemmeren. Dit benadrukt de noodzaak om consistente toepassing te garanderen door middel van monitoring, feedbackmechanismen en organisatorische ondersteuning.

Vergissingen met betrekking tot intersectionaliteit vormen een uitdaging, die mogelijk kan leiden tot onbedoelde uitsluiting. De kloof hier ligt in de behoefte aan een alomvattende aanpak die rekening houdt met diverse aspecten van de identiteit van individuen voor werkelijk inclusieve taalpraktijken.

Weerstand tegen verandering vormt een opmerkelijke barrière, aangezien de onwil om nieuwe taalpraktijken over te nemen voort kan komen uit de organisatiecultuur of individuele weerstand. De

kloof vraagt om de vestiging van een cultuur die diversiteit waardeert en duidelijke prikkels biedt voor het adopteren van inclusief taalgebruik, waardoor weerstand effectief wordt overwonnen.

Beperkte toegankelijkheid in communicatie vormt een barrière, omdat methoden mogelijk niet voor iedereen toegankelijk zijn. Om dit aan te pakken, is het nodig ervoor te zorgen dat communicatieplatforms en -materialen toegankelijk zijn voor personen met verschillende capaciteiten. (NICE-vergelijkend en best practices-rapport, 2023).

Een ontoereikende vertegenwoordiging in communicatiemateriaal is een andere uitdaging, die bijdraagt aan een gevoel van uitsluiting. De kloof hier ligt in het actief zoeken naar en bevorderen van een diverse vertegenwoordiging in al het communicatiemateriaal.

Ten slotte vormen de inadequate meting en evaluatie van inclusieve taalinitiatieven een barrière. De kloof onderstreept het belang van het ontwikkelen van meetbare indicatoren en het regelmatig beoordelen van de impact van inclusieve taalinspanningen voor voortdurende verbetering.

Door deze uitdagingen en lacunes aan te pakken, kunnen we het gebruik van inclusief taalgebruik in de werkomgeving en binnen door vrouwen geleide ondernemingen vergroten, waardoor een meer ondersteunende, diverse en rechtvaardige sfeer wordt bevorderd.

Hoofdstuk 4: Vormen van inclusief taalgebruik in de werkomgeving en in kringen van vrouwelijk ondernemerschap

In de werkomgeving en specifiek binnen de context van door vrouwen geleid ondernemerschap houdt het adopteren van inclusief taalgebruik in dat je rekening houdt met de woorden en uitdrukkingen die worden gebruikt om ervoor te zorgen dat de communicatie respectvol, ondersteunend en verwelkomend is voor individuen met verschillende achtergronden. Hier volgen enkele vormen van inclusieve taal die relevant zijn voor de werkomgeving en het vrouwelijk ondernemerschap:

- **Genderneutrale termen:** Gebruik waar mogelijk genderneutrale termen om te voorkomen dat stereotypen worden versterkt. Gebruik bijvoorbeeld 'ondernemer' in plaats van 'zakenman' of 'zakenvrouw'.
- **Inclusieve functietitels en -beschrijvingen:** Maak functietitels en -beschrijvingen die de gendervooroordelen niet versterken. Vermijd het gebruik van termen die verband kunnen houden met een specifiek geslacht en concentreer u in plaats daarvan op vaardigheden en kwalificaties.

Diverse representatie: toon diverse rolmodellen en succesverhalen in ondernemerschapsmateriaal. Benadruk de prestaties van vrouwelijke ondernemers en andere ondervertegenwoordigde groepen om een breder scala aan individuen te inspireren.

- **Flexibel taalgebruik over gezinsaanlegingen:** Gebruik inclusieve taal met betrekking tot gezinssituaties om aannames over genderrollen te voorkomen. Gebruik bijvoorbeeld 'ouderschapsverlof' in plaats van 'zwangerschapsverlof' om te erkennen dat zowel mannen als vrouwen vrijaf kunnen nemen om gezinsgerelateerde redenen.
- **Intersectionaliteit herkennen:** Erken de intersectionaliteit van identiteiten door rekening te houden met factoren als ras, etniciteit, seksuele geaardheid en capaciteiten. Erken dat individuen met verschillende uitdagingen te maken kunnen krijgen, gebaseerd op de kruising van meerdere aspecten van hun identiteit.
- **Bevordering van het evenwicht tussen werk en privéleven:** Stimuleer en ondersteun het evenwicht tussen werk en privéleven voor alle werknemers, in het besef dat individuen verschillende verantwoordelijkheden buiten het werk kunnen hebben. Dit is met name relevant voor vrouwelijke ondernemers die met meerdere rollen kunnen jongleren.
- **Diversiteits- en inclusiebeleid:** Communiceer en promoot diversiteits- en inclusiebeleid duidelijk binnen de organisatie. Zorg ervoor dat de taal die in dit beleid wordt gebruikt inclusief is en een afspiegeling is van de inzet voor het creëren van een rechtvaardige werkplek.

Door deze vormen van inclusieve taal te adopteren, kunnen organisaties bijdragen aan een meer ondersteunende en empowerende omgeving, vooral voor vrouwelijke ondernemers, en een cultuur van diversiteit, gelijkheid en inclusie bevorderen..

Leeractiviteiten

Activiteit 1: Inclusieve taal oefenen

In deze activiteit zullen cursisten oefenen met het identificeren van niet-inclusief taalgebruik, en vervolgens proberen ze dit te herformuleren in meer inclusief:

- Hallo jongens, laten we beginnen! →
- De verkoper moet de deal sluiten→
- Ze is emotioneel over het project→
- Onze voorzitter zal het team toespreken →
- Dat is zijn taak, hij is de IT-man →
- Het team heeft een sterke leider nodig, hij kan dit aan →

- Uitgeschakeld →
- Bemanning →

Activiteit 2: Scenario en rollenspel

Bij deze leeractiviteit voeren de deelnemers een gestructureerde analyse uit van vacatures om de zorgen over taalbarrières en inclusiviteit binnen ABC Corporation weg te nemen.

Doel: De activiteit heeft tot doel oude en huidige vacatures van een bedrijf te analyseren, het gebruiksniveau van inclusief taalgebruik te beoordelen en waar nodig verbeteringen voor te stellen.

Instructies:

(15') - De deelnemers worden in kleine groepen verdeeld om naast de vacatures het casestudyscenario te analyseren. Het doel is om uitsluitend of bevooroordeeld taalgebruik te identificeren. Na deze analyse komen de groepen opnieuw bijeen voor een groepsdiscussie, waarbij ze hun bevindingen delen en de potentiële impact van uitsluitend taalgebruik bespreken.

(10') - Een reflectieve discussie benadrukt het belang van het gebruik van inclusief taalgebruik bij rekruteringsinspanningen en de afstemming ervan op diversiteits- en inclusiedoelstellingen.

(20') - Vervolgens brainstormen de deelnemers over alternatieve, inclusieve taal en ontwikkelen ze actieplannen om de inclusiviteit in vacatures te verbeteren.

(10') - De sessie wordt afgesloten met een samenvatting van de belangrijkste conclusies, waarbij de voortdurende behoefte aan inclusief taalgebruik in rekruteringspraktijken wordt benadrukt.

Objective: Door deze activiteit zullen de deelnemers hun begrip en vaardigheden vergroten in het bevorderen van diversiteit en inclusiviteit binnen vacatures en wervingsinspanningen bij ABC Corporation.

Scenario:

ABC Corporation is een toonaangevend technologiebedrijf dat zich inzet voor het bevorderen van diversiteit en inclusie binnen zijn personeelsbestand. Als onderdeel van zijn wervingsinspanningen plaatst het bedrijf regelmatig vacatures om toptalent aan te trekken. Recente feedback van werknemers en externe belanghebbenden heeft echter aanleiding gegeven tot bezorgdheid over het taalgebruik in deze vacatures. Velen hebben erop gewezen dat bepaalde termen en zinsneden onbedoeld kandidaten kunnen uitsluiten of ontmoedigen uit ondervertegenwoordigde groepen, zoals vrouwen, gekleurde mensen en personen met een handicap.

Voorbeelden van eerdere vacatures:

Functie: Verkoper

ABC Corporation is op zoek naar een dynamische verkoper om ons team te versterken. De ideale kandidaat heeft een bewezen staat van dienst in het overtreffen van verkoopdoelstellingen en het stimuleren van omzetgroei. Verantwoordelijkheden en kwalificaties: [...]

Aanmeldingsprocedure:

Om te solliciteren, dient u uw CV en motivatiebrief vóór [deadline voor aanmelding] naar [e-mailadres] te sturen. Alleen succesvolle kandidaten worden gecontacteerd voor sollicitatiegesprekken.

Functie: Serveerster

ABC Restaurant is momenteel op zoek naar een Serveerster om ons team te versterken. We zijn op zoek naar een vriendelijk en energiek persoon die uitstekende klantenservice kan bieden in een snelle omgeving. Verantwoordelijkheden en kwalificaties: [...]

Aanmeldingsprocedure:

Om te solliciteren, dient u uw CV en motivatiebrief vóór [deadline voor aanmelding] naar [e-mailadres] te sturen. Alleen succesvolle kandidaten worden gecontacteerd voor sollicitatiegesprekken.

Activiteit 3. Schrijf een vacatureadvertentie vanuit het niets, in inclusieve taal

In deze activiteit oefenen de deelnemers met het schrijven van een vacatureadvertentie in inclusieve taal om kandidaten met verschillende achtergronden aan te trekken. Ze leren het belang van inclusief taalgebruik bij rekrutering en verwerven praktische vaardigheden voor het opstellen van vacatures die diversiteit en inclusiviteit bevorderen. Deelnemers beginnen met het bespreken van de betekenis van inclusief taalgebruik in vacatures en het doornemen van voorbeelden ter referentie. Vervolgens stellen ze hun eigen vacatures op, waarbij ze rekening houden met de taalkeuzes en de manier waarop deze de inclusiviteit beïnvloeden. Daarna zullen de deelnemers hun concepten met de groep delen, feedback geven en de effectiviteit van de gebruikte inclusieve taal bespreken. Ten slotte zullen de deelnemers tijdens een reflectiesessie hun ervaringen en inzichten over het belang van inclusief taalgebruik bij rekrutering kunnen bespreken. Door deze activiteit zullen de deelnemers hun vaardigheden in het gebruik van inclusieve taal verbeteren en bijdragen aan het creëren van meer diverse en inclusieve werkplekken.

Activiteit 4: Creatie van inclusieve taaltoolkits

Geef de deelnemers de opdracht om samen een inclusieve taaltoolkit of bronnengids te creëren voor gebruik binnen hun bedrijf. Deze toolkit kan richtlijnen, best practices en praktische tips bevatten voor het bevorderen van inclusief taalgebruik in verschillende communicatiecontexten.

WOMENIN Opleiding

Course



Module 7

Genderperspectief en transversaliteiten

Module 7: Genderperspectief en transversaliteiten

Invoering

De module onderzoekt transversaliteiten met betrekking tot onderwijs en opleiding van vrouwelijke ondernemers, thema's die van cruciaal belang zijn voor het persoonlijke en werkende leven van vrouwen.

Deze module benadrukt de rol van opleiding als factor van verbinding tussen vrouwen en hun interessegebieden en werk. Daarom is het noodzakelijk dat er voortdurend wordt getraind en dat er een leven lang wordt geleerd, wat vrouwen kan ondersteunen bij hun levensveranderingen. Als gevolg hiervan kan training worden gezien als een motor voor verandering. Als gevolg hiervan heeft deze module tot doel de vaardigheden van vrouwen in verband met specifieke en concrete situaties te vergroten, zodat training de ervaring kan voeden en omgekeerd.

Tenslotte wordt in deze module uiteengezet hoe vrouwelijke ondernemers uit heel Europa moeten blijven investeren in hun opleiding door het volgen van trainingen, het lezen van boeken over bedrijfsmanagement, het bijwonen van netwerkevenementen en meer. Openstaan voor nieuwe ideeën en voortdurend leren kan leiden tot een groter vertrouwen in het vermogen van vrouwen om een bedrijf te leiden en te laten groeien.

Om competitiever te zijn moeten vrouwelijke ondernemers de juiste technische kennis verwerven, variërend van economie en financiën tot marketing, van leiderschapontwikkeling tot kennis van onderhandelings technieken en digitale vaardigheden. Het komt ook voor om voortdurend te leren door middel van voortdurende training en jezelf uit te rusten met een goed scala aan zachte vaardigheden die van fundamenteel belang zijn in een dagelijks ondernemersleven, zoals effectieve communicatie en actief luisteren, tijdmanagement, probleemoplossing, weerstand tegen stress, empathie, kritisch denken, en meer.

Specifieke doelen

Deze trainingsmodule introduceert genderanalyse in alle fasen van de training (structurele aanpak) en onderhoudt een monitoring- en evaluatiesysteem om de deelnemers in staat te stellen adequate instrumenten en indicatoren aan te nemen die gendergelijkheid bevorderen als een van de 17 VN-Agenda 2030 duurzame ontwikkelingsdoelen.

De module heeft tot doel zich te verdiepen in de uitdagingen op het gebied van opleiding en onderwijs waarmee vrouwelijke ondernemers in Europa worden geconfronteerd. Hoewel door vrouwen geleide ondernemingen aanzienlijk bijdragen aan het scheppen van banen, innovatie en economische groei, kampen ze nog steeds met belemmeringen voor de toegang tot netwerken, financiering en modellen die ze nodig hebben om bedrijven te ontwikkelen. Om de inclusiedoelstellingen van de Agenda 2030 te verwezenlijken is het nodig dat vrouwelijk ondernemerschap wordt ondersteund door middel van digitalisering, technologische innovatie en de groei van menselijk kapitaal door middel van opleiding als faciliterende factor voor ontwikkeling. Volgens het Catalaans Universitair Kwaliteitsborgingsagentschap (2015) zijn onderwijs en opleiding sleutelfactoren voor ondernemerssucces, en is het aanpassen van deze programma's aan de behoeften van vrouwelijke ondernemers van cruciaal belang. In het snel veranderende technologische landschap moeten vrouwelijke ondernemers hun kennis en voorbereiding vergroten, vooral op het gebied van digitale en technologische aspecten, en daarbij het humanistische erfgoed integreren zoals aangegeven door de Wereldbank.

Onderwijs en opleiding zijn essentieel voor het succes van ondernemers, maar als deze programma's te weinig praktische relevantie hebben en zich te veel op theorie richten, beperken ze het succes en de kansen van ondernemers. Om hun betrokkenheid bij mogelijkheden als zelfstandige aan te moedigen en een evenwicht tussen werk en privéleven te bereiken, is het van cruciaal belang om theoretische en praktische kennis te verstrekken. Voortdurende opleiding en een leven lang leren zijn essentieel om vrouwen te ondersteunen bij het aanpassen aan veranderingen in hun persoonlijke en professionele leven. Opleiding en praktijkervaring gaan hand in hand en verrijken elkaar.

Als gevolg hiervan zijn de belangrijkste doelstellingen van deze module:

1. Zorgen voor adequate opleiding voor vrouwelijke ondernemers, zelfs voor degenen die mogelijk hun baan zijn kwijtgeraakt als gevolg van de pandemie;
2. Het verkleinen van de digitale genderkloof door het verwerven van vaardigheden (digitale omscholing) en het bevorderen van permanente educatie in e-learning, ook in de zakelijke omgeving, met specifieke programma's voor vrouwen die het risico lopen uitgesloten te worden van digitale innovatie of om hun toegang tot de arbeidsmarkt te bevorderen, ook voor vrouwen met een handicap
3. Het structureren van specifieke vaardigheidstrainingsprogramma's voor vrouwen die toegang krijgen tot netwerken, financiering en modellen die ze nodig hebben om hun bedrijf te starten en te laten groeien

Educatieve inhoud

De educatieve inhoud van module VII is gebaseerd op zes hoofdprincipes en is verdeeld in vijf eenheden. Het is gemaakt om vrouwelijke ondernemers die de training volgen, te betrekken, te

inspireren en te informeren. Tegenwoordig zou de onderwijsinhoud nog creatiever moeten zijn, omdat er niet langer ruimte is om alleen uit een leerboek en een lezing te leren.

Hoofdstuk 1. Begrijp de basis/benaderingen van het mainstreamen van gender in onderwijs en opleiding

Deze modulebenadering is gebaseerd op het concept van de Economische en Sociale Raad van de Verenigde Naties, dat stelt dat: “Gendermainstreaming het beoordelen is van de implicaties van acties/beleid voor vrouwen en mannen van geplande activiteiten/acties, inclusief wetgeving, beleid of programma’s. Het is een manier om de zorgen en ervaringen van zowel vrouwen als mannen tot een integrale dimensie te maken van het ontwerp, de implementatie, het toezicht en de evaluatie van beleid/programma’s op alle politieke, economische en maatschappelijke terreinen, zodat de ongelijkheid niet in stand wordt gehouden. Het doel is het bereiken van gendergelijkheid” (UN ECOSOC 1995).

Volgens de Gendergelijkheid en Mainstreaming Strategie en het Actieplan 2022-2027 voor Malta, en de Gender Mainstreaming Training Manual van het UNDP, werd het van fundamenteel belang om gendermainstreaming aan te nemen als strategie om gendergelijkheid in onderwijs en opleiding te bereiken. Gendermainstreaming integreert een genderperspectief in de beleidsontwikkeling, -implementatie, -monitoring en -evaluatie, en meet regelgevings- en uitgavenprogramma's, met als doel de gelijkheid tussen vrouwen en mannen te bevorderen en discriminatie te bestrijden door middel van onderwijs- en trainingsprogramma's.

Gendermainstreaming zorgt ervoor dat de beleidsvorming en het wetgevingswerk van goede kwaliteit zijn. Het is hoger en van groter belang voor de samenleving, omdat het ervoor zorgt dat het beleid effectiever inspeelt op de behoeften van alle vrouwen, mannen, meisjes en jongens en mensen met specifieke behoeften. Gendermainstreaming is niet alleen bedoeld om het creëren of versterken van ongelijkheid, die negatieve gevolgen kan hebben voor zowel vrouwen als mannen, te voorkomen. Het omvat ook het analyseren van de status quo, met als doel de tekortkomingen van de ongelijkheid te identificeren, en het ontwikkelen van beleid gericht op het aanpakken van deze ongelijkheden en het ongedaan maken van de mechanismen die deze veroorzaken.

Ook al is gendergelijkheid erg belangrijk, uitgaande van de gedachte van Hamdani (2020), houdt de module ook rekening met het voorlopige doel van gendergelijkheid, dat bestaat uit het bereiken van gelijke participatie van meisjes en jongens, mannen en vrouwen in alle vormen van gendergelijkheid. onderwijs, op basis van hun aandeel in de relevante leeftijdsgroepen in de bevolking, terwijl het doel van gendergelijkheid het waarborgen van onderwijsgelijkheid tussen jongens en meisjes, vrouwen en

mannen is. Het bereiken van gendergelijkheid is slechts één stap richting gendergelijkheid in en door het onderwijs. Hetzelfde geldt voor de opleiding.

Hoofdstuk 2: Het kennen van de verantwoordelijkheden en ingangspunten voor gendermainstreaming in onderwijs en opleiding

Als we de uitgangspunten voor gendermainstreaming, die door de Wereldbank zijn verstrekt, toepassen op de onderwijs- en opleidingssector voor vrouwelijke ondernemers, kunnen we drie verantwoordelijkheden identificeren:

- **Institutioneel niveau:** Gendermainstreaming op dit niveau is de beste omdat al het beleid daarna de integratie van gender in de onderwijs- en opleidingsstrategie zal garanderen. Dit vereist een sterke betrokkenheid van het leiderschap.
- **Beleidsniveau:** Gendermainstreaming op beleidsniveau kan ook worden gebruikt als programma's door dit beleid te ondersteunen om gender te integreren in de onderwijsinitiatieven en opleidingsmogelijkheden voor vrouwelijke ondernemers.
- **Programma-/projectniveau:** Voor de deelnemers aan deze training kan dit niveau dienen als het beste startpunt voor gendermainstreaming en het is ook de meest directe manier om gendermainstreaming in onderwijs- en trainingsprogramma's te versterken en te bevorderen als hun ambassadeurs.

Ook al ligt de verantwoordelijkheid bij de instellingen en organisaties op bedrijfsniveau en bij hun management, toch moet de trainer benadrukken dat de verantwoordelijkheid voor het implementeren van gendermainstreaming ook bij alle medewerkers van die organisaties ligt die direct en indirect betrokken zijn bij de onderwijs- en opleidingssectoren.

Het is belangrijk te benadrukken dat beleidsmakers, organisaties en individuen moeten samenwerken om het juiste klimaat te creëren om vrouwelijke ondernemers meer macht te geven, door gendergelijkheid en gelijkheid te bevorderen, innovatie te bevorderen en een leven lang leren te ondersteunen.

Hoofdstuk 3: Vrouwen betrekken bij leiderschaps- en besluitvormingsniveaus met betrekking tot onderwijs- en trainingsprogramma's

Om onderwijs- en trainingsprogramma's op maat te creëren voor vrouwelijke ondernemers, wil de trainer aandacht besteden aan de empowerment van vrouwen door:

- Capaciteitsopbouw van belanghebbenden op lokaal niveau voor gendergelijkheid door middel van onderwijs- en trainingsprogramma's
- Ontwikkeling van bewustmakingsmateriaal en verspreiding van informatie op nationaal en lokaal niveau

- Coördinatie en netwerken met belanghebbenden die betrokken zijn bij de onderwijs- en opleidingssector
- Stimuleer de mainstreaming van gender op nationaal en lokaal niveau door de ontwikkeling te ondersteunen van beleid dat gendermainstreaming ondersteunt via onderwijs- en opleidingsmogelijkheden.
- Bevordering van wetgeving en beleid om onderwijs en opleidingscursussen aan te passen in de richting van gendergelijkheid en gelijkheid. Het grootste probleem blijft dat de ongelijkheid tussen vrouwen en mannen nog steeds veel voorkomt, ook al stelt de wet dat alle individuen gelijk zijn voor de wet. Daarom heeft deze gendermainstreaming tot doel de samenleving en instellingen in staat te stellen hun percepties, waarden en culturen, beleid en praktijken te veranderen ter ondersteuning van gelijke keuzes en kansen voor mannen en vrouwen.
- Monitoring van de voortgang en implementatie van actieplannen die op alle niveaus zijn ontwikkeld om ervoor te zorgen dat vrouwen en mannen op gelijke voet kunnen deelnemen aan de onderwijs- en opleidingssectoren. In nog steeds verschillende landen creëren de structuren van de gemeenschap ongelijkheid tussen vrouwen en mannen wat betreft de toegang tot hulpbronnen, kansen en deelname aan de besluitvorming op het niveau van beleid door vrouwen en mannen.
- Het wegnemen van opleidingsbelemmeringen, het bevorderen van een leven lang leren, om een inclusieve omgeving in Europa te creëren, waar vrouwelijke ondernemers over de vaardigheden en kennis beschikken om te floreren.
- Stimuleren van innovatie voor vrouwelijke ondernemers over het hele continent.



Image source: Council of Europe (<https://www.coe.int/en/web/european-youth-foundation/gender-perspectives>)

Hoofdstuk 4: Vertrouwd raken met de gendermainstreamingstrategieën en -instrumenten via onderwijs- en trainingsprogramma's

Overall in Europa hebben we een politieke inzet voor gendergelijkheid en een compatibel juridisch kader nodig als voorwaarde voor het vaststellen van een succesvolle strategie voor gendermainstreaming, ook via onderwijs- en trainingsprogramma's. Uitgaande van het beleidsdocument “Richtlijn voor gendermainstreaming in de inhoud van cursussen en studieprogramma's” van de Göteborgs Universiteit, en rekening houdend met beste praktijken buiten Europa, zoals die van het Japan International Cooperation Agency, vereist gendermainstreaming een duidelijke aanpak. actieplan dat rekening moet houden met de context, aan de noodzakelijke voorwaarden moet voldoen, alle relevante dimensies moet bestrijken, het gebruik van concrete methoden en ruimtes moet voorspellen, verantwoordelijkheden moet definiëren zoals vermeld in eenheid II en ervoor moet zorgen dat de noodzakelijke competenties aanwezig zijn om de verwachte resultaten binnen een bepaalde tijd.

Vertrekkend van het concept van de Commonwealth of Learning (2014) en het concept van gendermainstreaming in technische en beroepsopleidingen en onderwijs zoals beschreven door Nurhaeni en Kurniawan (2018), richt deze eenheid zich op de belangrijkste gendermainstreamingstrategieën en -instrumenten die gebruikt moeten worden door de trainerscursus door:

- Het betrekken van vrouwen en mannen bij overleg over de wijze waarop gender mainstream kan worden gemaakt in onderwijs- en opleidingsinitiatieven door middel van enquêtes, openbare hoorzittingen, interviews met belanghebbenden of andere methoden. Dit zal ervoor zorgen dat de zorgen en prioriteiten van vrouwen en mannen bekend zijn en worden opgenomen in het ontwerp van de opleiding volgens het United Nations Institute for Training and Research-UNITAR (2022).
- Het opnemen van naar geslacht uitgesplitste gegevens, zodat vrouwen op basis daarvan hun plannen in het persoonlijke en professionele leven kunnen ontwikkelen om de specifieke belemmeringen waarmee vrouwen in hun onderwijs- en opleidingsproces worden geconfronteerd te helpen identificeren en aanpakken
- Het formuleren van gendergevoelige en/of specifieke doelstellingen, indicatoren en activiteiten om de kwaliteit van onderwijs- en opleidingsprogramma's te beoordelen en het nemen van maatregelen om zich aan te passen aan de werkelijke behoeften van vrouwelijke ondernemers om een evenwicht tussen werk en privéleven te garanderen.

Hoofdstuk 5: Aanbevelingen voor de ontwikkeling van mainstreamingstrategieën voor beleidsmakers, organisaties en vrouwelijke ondernemers

Om mainstreamingstrategieën te ontwikkelen die verband houden met het onderwerp “Opleiding en onderwijs”, richt deze eenheid zich op gerichte aanbevelingen voor Europese beleidsmakers, organisaties en individuele vrouwelijke ondernemers, die strikt gerelateerd zijn aan UNIT II met betrekking tot verantwoordelijkheden.

Voor beleidsmakers zou het interessant kunnen zijn om een nationale strategie voor ondernemerschapsonderwijs te ontwikkelen die inclusief is en tegemoet komt aan de specifieke behoeften van vrouwelijke ondernemers, waarbij financiële middelen worden toegewezen om ondernemerschapsprogramma's te ondersteunen, met de nadruk op initiatieven gericht op vrouwelijke ondernemers, en initiatieven op het gebied van gendergelijkheid te bevorderen. , ook beleid implementeren dat bedrijven aanmoedigt om diversiteits- en inclusiviteitspraktijken toe te passen en prikkels bieden voor genderevenwichtig personeelswerving en leiderschap. Om gendergelijkheid te bevorderen kunnen publieke bewustmakingscampagnes de genderstereotypen rond ondernemerschap helpen veranderen. Deze campagnes kunnen de succesverhalen van vrouwelijke ondernemers onder de aandacht brengen en positieve rolmodellen bevorderen. Voor organisaties is het aan te raden om over de grenzen heen samen te werken door netwerken te creëren die vrouwen uit verschillende Europese landen met elkaar verbinden. Organisaties kunnen een centrale rol spelen bij het faciliteren van grensoverschrijdende samenwerking en kennisuitwisseling tussen vrouwelijke ondernemers, waardoor waardevolle kansen worden geboden voor interculturele uitwisselingen en netwerken. en het delen van bronnen. Daarnaast is het aan te bevelen digitale leerplatforms op te zetten of te ondersteunen die uitgebreide online cursussen en hulpmiddelen aanbieden die specifiek zijn toegesneden op vrouwelijke ondernemers in Europa. Deze platforms moeten gebruiksvriendelijk, meertalig en toegankelijk zijn. Ten slotte moeten organisaties sectoroverschrijdende training bevorderen door de verkenning van verschillende sectoren aan te moedigen via sectoroverschrijdende trainingsprogramma's.

Door vrouwen kennis te laten maken met diverse industrieën kunnen deze programma's innovatieve ideeën stimuleren en samenwerking tussen sectoren bevorderen. Het vermogen om te draaien en zich aan te passen aan de veranderende marktdynamiek is een waardevolle vaardigheid voor ondernemers.

Wat individuele ondernemers betreft, moeten vrouwelijke ondernemers het concept van een leven lang leren omarmen om concurrerend en innovatief te blijven. Ga actief op zoek naar trainingsmogelijkheden, workshops en cursussen die mogelijkheden bieden om nieuwe vaardigheden te verwerven, op de hoogte te blijven van trends in de sector en je aan te passen aan de veranderende marktdynamiek. Tegelijkertijd is het van fundamenteel belang om Europese netwerken te benutten door waardevolle verbindingen, mentorschapsmogelijkheden en toegang tot hulpbronnen te bieden. Ten slotte moeten vrouwelijke ondernemers actief pleiten voor genderresponsief onderwijs en opleiding door deel te nemen aan relevante initiatieven, hun ervaringen te delen en beleid te verdedigen dat gelijkheid in ondernemerschap bevordert. Samenwerking en collectieve actie zijn de sleutels voor een positieve verandering.

Leeractiviteiten

Activiteit 1: Ondernemerschapstraining

Het verzorgen van trainingssessies om vrouwelijke ondernemers te helpen de noodzakelijke vaardigheden, kennis en expertise te ontwikkelen om succesvol te zijn in het bedrijfsleven. Deze trainingssessies kunnen worden gegeven door ervaren ondernemers, bedrijfscoaches of experts uit de industrie.

Activiteit 2: Mentorschapsprogramma

Lanceer een mentorprogramma waar ervaren ondernemers hun kennis en ervaring kunnen delen met vrouwelijke ondernemers. Dit zal vrouwelijke ondernemers begeleiding en ondersteuning bieden bij het omgaan met de uitdagingen van de zakenwereld.

Activiteit 3: Toegang tot financiering

Bied toegang tot financiering en middelen die vrouwelijke ondernemers kunnen helpen bij het starten en laten groeien van hun bedrijf. Hierbij kan gedacht worden aan het ontwikkelen van partnerschappen met financiële instellingen, het verstrekken van financiering of het opzetten van een crowdfundingplatform.

Activiteit 4: Bedrijfsincubators

Zet bedrijfsincubators op die vrouwelijke ondernemers een ruimte bieden om te werken, toegang tot middelen en diensten, en netwerkmogelijkheden. Dit zal een ondersteunende omgeving bieden waarin vrouwelijke ondernemers hun bedrijf kunnen opbouwen en laten groeien.

Activiteit 5: Netwerkevenementen

Organiseer netwerkevenementen die vrouwelijke ondernemers, investeerders, mentoren en andere belanghebbenden in het bedrijfsleven samenbrengen. Deze evenementen bieden vrouwelijke ondernemers de kans om te netwerken, hun ervaringen te delen en van anderen te leren.

Activiteit 6: Belangenbehartiging en bewustzijn

Het bewustzijn vergroten over het belang van vrouwelijk ondernemerschap en pleiten voor beleid dat vrouwelijke ondernemers ondersteunt. Hierbij kan gedacht worden aan het samenwerken met beleidsmakers om beleid te ontwikkelen dat het vrouwelijk ondernemerschap bevordert, of het lanceren van een publieke bewustmakingscampagne om de bijdragen van vrouwelijke ondernemers aan de economie onder de aandacht te brengen.

Referenties

- Alam, S., & Devi, S. (2020). *Women entrepreneurship and social innovation: a new horizon for social change*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-9.
- Allen, D. (2015). *Getting Things Done*. Penguin Publishing Group.
- Arahdya, D. (n.d.). *Women Entrepreneurship*. <https://www.yourarticlelibrary.com/women/women-entrepreneurship/women-entrepreneurship/99813>
- B.Lee, T. (2017). *The WannaCry ransomware attack was temporarily halted. But it's not over*
- Baek, Y., Min, E., & and Yun, S. (2020). *Mining Educational Implications of Minecraft*. Boise
- Bankoff, C. (2016) *How Selling Fax Machines Helped Make Spanx Inventor Sara Blakely a Billionaire*. The Vindicated, <https://nymag.com/vindicated/2016/10/how-selling-fax-machines-helped-sara-blakely-invent-spanx.html>.
- Batko, M. *Book Summary - Who. The A Method for Hiring*. MBReads, <https://medium.com/mbreads/book-summary-who-c4a437d8ae3a>.
- Bet-David, P. (2021) *YOUR Next FIVE MOVES: Master the Art of Business Strategy*. Gallery Books.
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2018). *A gender-aware framework for women's entrepreneurship*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(1), 8-24. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17566260910942318/full/html>
- Business News Daily. (2023). *Challenges Faced by Women Entrepreneurs — Plus, Some of the Most Successful Women to Follow*. <https://www.businessnewsdaily.com/5268-women-entrepreneur-challenges.html>

Centre for Genomic Regulation. (2021). *Gender inclusive language guidelines*.
https://www.crg.eu/sites/default/files/crg/man-com-003_gender-inclusive_language.pdf
 ClaimsJournal.

ClaimsJournal. (2016). HSB: *Young Adults Most Likely to Be Targeted in Cyber Attack*.

Clasen, A. (2023). *Skills gap puts EU cybersecurity rule compliance to the test*. Euractiv.

Commonwealth of Learning. (2014). *Gender Mainstreaming Toolkit for Teachers and Teacher Educators*.
<https://www.varkeyfoundation.org/media/4459/gender-mainstreaming-toolkit-1-copy.pdf>

Covey, S. R., Merrill, A. R., & Merrill, R. R. (1995). *First Things First*. Simon and Schuster.

Demneri, A. K. (2023). *Women Entrepreneurship: Challenges and Perspectives of an Emerging Economy*. <https://www.mdpi.com/2076-3387/13/4/111>

Directive (EU) 2022/2555 of the European Parliament and of the Council World Economic Forum. (2023). *Global Cybersecurity Outlook 2023*. World Economic Forum.

Diversity Style Guide. <https://www.diversitystyleguide.com/>

East and Southern Africa. *Gender Equality*. <https://esaro.unfpa.org/en/topics/gender-equality>

Elam, A. (2023). *Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes*, GEM
<https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

ENISA . (2022). *Cybersecurity Education Initiatives in the EU Member States*.

Etl Ilia. (2021). *Internationalisation of a company: types and advantages*. <https://etl-ilia.es/en/company-formation/internationalisation-of-a-company-types-and-advantages/>

European Commission. (2023). *Closing the cybersecurity talent gap to boost the EU's competitiveness, growth and resilience (The Cybersecurity Skills Academy)*. European Commission.

European Commission. (2023). *The EU Cybersecurity Act*.

European Council. (2023, Feb 2). *Infographic - Top cyber threats in the EU*.

European Parliament. (2018). *Guidelines for the use of gender-neutral language in the European Parliament*. https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/151780/GNL_Guidelines_EN.pdf

EY Netherlands(2018). *12 Sources of Finance for Entrepreneurs: Make Sure You Pick the Right One!* www.ey.com/en_nl/finance-navigator/12-sources-of-finance-for-entrepreneurs-make-sure-you-pick-the-right-one.

Faria, A., & Madeira, M. J. (2018). *Fatores que influenciam a Intenção Empreendedora da Mulher*. FCSH – DGE. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/9697>

Fathimath, A. & Ahmad, A. (2023). *Challenges Faced by Women Entrepreneurs of 21st Century: Literature Review*, *Journal of Management & Science*.

Federal Ministry of the Interior, Building and Community. (2021). *Cyber Security Strategy for*

Garcia, D., (2021). *The Definition of an A-Player: A Complete Guide*. ScoutLogic, www.scoutlogicscreening.com/blog/definition-of-a-player/
Germany 2021. Berlin: Federal Ministry of the Interior, Building and Community.

Goteborgs Universitet. (n.d.). *Guidance for gender mainstreaming in the content of courses and study programmes*. https://medarbetarportalen.gu.se/digitalAssets/1784/1784697_guidance-for-gender-mainstreaming---courses-and-programmes.pdf

Government of Malta Gender Equality and Mainstreaming Strategy and Action Plan 2022-2027. <https://humanrights.gov.mt/en/Documents/Gender%20Equality.pdf>

Griffiths, C. (2023). *The Latest 2023 Cyber Crime Statistics* (updated July 2023). AAG-IT.

Hamdani Saadya. (2020). *How teacher training can support a truly gender transformative approach to education*. <https://www.globalpartnership.org/blog/how-teacher-training-can-support-truly-gender-transformative-approach-education>

<https://education.minecraft.net/en-us/lessons/privacy-prodigy>

<https://www.consilium.europa.eu/en/infographics/cyber-threats-eu/>

Human Rights Careers. *What Does Gender Equality Mean?*

<https://www.humanrightscareers.com/issues/what-does-gender-equality-mean/>

I D A Nurhaeni and Y Kurniawan. (2018). *Gender-Mainstreaming in Technical and Vocational Education and Training IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng.* 306 012057.

<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/306/1/012057/pdf>

Indeed Editorial Team. (2020) *Bureaucracy in Business: Definition, Characteristics and How to Reduce It*. Indeed Career Guide, www.indeed.com/career-advice/career-development/bureaucracy-in-business.

International Monetary Fund. External Relations Dept. (2016). *The Dark Side of Technology:*

Internationalisation: Definition, Models, Products. (2019). StudySmarter UK.

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/business-development/internationalisation/>

Investinestonia. (2017, Sep). Estonia among the least vulnerable to cybercrime in Europe. <https://investinestonia.com/estonia-among-the-least-vulnerable-to-cybercrime-in-europe/#:~:text=The%20most%20vulnerable%20to%20cybercrime,vulnerable%20the%20EU>

Japan International Cooperation Agency (JICA) (n.d.). *Reference material for gender mainstreaming in the education sector*.

https://www.jica.go.jp/Resource/english/our_work/thematic_issues/gender/c8h0vm0000f3jmj6-att/gender_mainstreaming_01.pdf.

Kraus, S., & Roig-Tierno, N. (2020). *International entrepreneurship: The pursuit of gender equality*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

Lingappa, A.K. & Rodrigues, L.R. (2023). *Synthesis of Necessity and Opportunity Motivation Factors in Women Entrepreneurship: A Systematic Literature Review*. SAGE Open Volume 13.
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/21582440231159294>

Lladós-Masllorens, J. & Ruiz-Dotras, E. (2022). *Are women's entrepreneurial intentions and motivations influenced by financial skills?* *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJGE-01-2021-0017/full/html>

M.Germain, J. (2021). *Young Adults, Seniors Over 75 Most Susceptible to Cyber Fraud: Report*. TechNewsWorld.

Market research and competitive analysis | U.S. Small Business Administration. (2024). Sba.gov.
<https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/market-research-competitive-analysis#:~:text=Market%20research%20blends%20consumer%20behavior,a%20gleam%20in%20your%20eye>.

Miller, H. (2020). *Sara Blakely: 7 Lessons from a Self-Made Billionaire*. Leaders.com,
<https://leaders.com/articles/women-in-business/sara-blakely-spanx/>.

Minecraft Education (2023, Apr 19). Cybersafe: Home sweet hmm <https://education.minecraft.net/en-us/lessons/cybersafe-homesweet-hmm>

Minecraft Education. (2023, June 30). Privacy Prodigy

Moore, Dorothy P. (1997). *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*. SAGE

Navigator C. & Varadanin, O. (2022). *What are the differences between high context and low context cultures?* <https://www.countrynavigator.com/blog/what-are-the-differences-between-high-context-and-low-context-cultures/#:~:text=The%20high%20and%20low%20context,straightforward%20and%20explicit%20in%20communication.>

Newport, C. (2016). *Deep Work: Rules for Focused Success in a Distracted World*. Grand Central Publishing.

Nextoport Advisors. (2022). *Internationalisation of the company: ads and processes*. NextPort. <https://www.nextport.es/en/internationalisation-of-the-company-advantages-and-processes/>

NICE Project. (2023). *Deliverables: Comparative & Best Practices Report*. <https://nice-project.eu/deliverables/>

OECD. (2021). *Entrepreneurship at a Glance 2021*. https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/entrepreneurship-at-a-glance_22266941

Patel, S., & Piovaccari, G. (2022). *Hackers hit Italian oil company Eni's computer networks*. Reuters.

Pink, D. H. (2011). *Drive: The Surprising Truth about What Motivates Us*. New York, NY, Riverhead Books.

Ratten, V. (2017). *Women entrepreneurship in family business*. Routledge Frontiers of Business Management.

Rothwell, J., Titcomb, J., & McGoogan, C. (2017). *Petya cyber attack: Ransomware spreads across Europe with firms in Ukraine, Britain and Spain shut down*. The Telegraph.

Royal College of Speech and Language Therapists. (n.d.). *Inclusive communication overview*.

<https://www.rcslt.org/speech-and-language-therapy/inclusive-communication-overview/>

ScienceDirect. *Gender Equality*. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/gender-equality>

Smart, G. & Street, R. (2008) *Who: The A Method for Hiring*. Ballantine Books.

[Stanford Encyclopedia of Philosophy. \(n.d.\).](#)

<https://plato.stanford.edu/entries/linguistics/whorfianism.html>

State University.

Stuart Leeson, S. (2023). *Cybercrime in the Netherlands tripled since 2019*. Euractive.

The benefits of the digital age are tempered by the risks. International Monetary Fund.

The Catalan University Quality Assurance Agency. (2015). *General framework for incorporating the gender perspective in higher education teaching*.

<https://www.aqu.cat/doc/Universitats/Metodologia/General-framework-for-incorporating-the-gender-perspective-in-higher-education-teaching>

The European Parliament and the Council of the European Union. (2022, Dec 14).

Unicef. (2017). *Glossary of Terms and Concepts*.

<https://www.unicef.org/rosa/media/1761/file/Genderglossarytermsandconcepts.pdf>

United Nations Development Programme. *Gender Mainstreaming Training Manual*.

[https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-03/Gender%20Mainstreaming%20Training%20Manual.pdf)

[03/Gender%20Mainstreaming%20Training%20Manual.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-03/Gender%20Mainstreaming%20Training%20Manual.pdf)

United Nations Institute for Training and Research. (2022). *Mainstreaming Gender in the Training Cycle integrating a gender perspective into training design*

<https://unitar.org/sites/default/files/media/file/UNITAR%20Mainstreaming%20Gender%20in%20the%20Training%20Cycle.pdf>

United Nations. (2019). *Trade, gender and development: A toolkit. United Nations Conference on Trade and Development*. <https://unctad.org/publication/trade-gender-and-development-programme>

United Way NCA. (2022). *What is gender equality? Learn the definition with examples*. <https://unitedwaynca.org/blog/what-is-gender-equality/>

Veckalne, Regina/Tambovceva, Tatjana (2023). *The importance of gender equality in promoting entrepreneurship and innovation*. In: Marketing i menedžment inovacij 14 (1), S.158 - 168. https://www.zbw.eu/econis-archiv/bitstream/11159/15950/1/1846284317_0.pdf

Vic. *Gender equality: what is it and why do we need it?* <https://www.vic.gov.au/gender-equality-what-it-and-why-do-we-need-it>

Vogt, M., & Shearer, B. A. (2022). *The Inclusive Language Handbook: Practical Advice and Exercises for Using Inclusive Language in Educational Settings*. Diversity Movement.

Women entrepreneurs - *Support tools and networks for women*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs_en

Wood, G. J. (2012). *Minorities in Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing

World Bank. (2020). *Women, Business and the Law 2020*. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/6c2b5974-9a3b-5249-995b-2b22e5fd7909/content>

World Bank. (n.d.) *Using Digital Solutions to address barriers to female entrepreneurship*. <https://digitalforwomen.worldbank.org/training-skills-information>
yet. VOX.

Recommended resources

80,000 HoursCommunity. <https://80000hours.org/career-guide/community/>

AIDDA (Associazione Italiana Donne Impresa) <https://www.aidda.org/en>

Anggadwita, G. & Indarti, N. (2023). *Women entrepreneurship in the internationalisation of SMEs: a bibliometric analysis for future research directions*. European Business Review, Vol. 35 No. 5, pp. 763-796. <https://doi.org/10.1108/EBR-01-2023-0006>

AskEARN. (n.d.). People-First Language. <https://askearn.org/page/people-first-language#:~:text=Person-first%20language%20emphasizes%20the,is%20equally%20appropriate%20depending%20on>

Boniface, R. (2023). *Navigating Global Growth: A Guide to Internationalisation for Businesses* – Shiftbase. Shiftbase.com; Shiftbase. <https://www.shiftbase.com/glossary/internationalization>

Business Models and Firm Internationalisation (Christian Nielsen, Svetla T. Marinova, Marin A. Marinov).

CAREER LEADHERS <https://www.careerleadhers.com/>

Diversity Charter Cyprus. (n.d.). <https://diversitychartercy.com/?fbclid=IwAR1P-rq0VA532htlWXL2uwNjJoUyxYBWf3ksEDy278i7BIq1G9M4vKElm2M>

Enterprise Europe Network. <https://een.ec.europa.eu/about-enterprise-europe-network/advice-support/internationalisation>

Entry Strategies (With real world examples). https://www.youtube.com/watch?v=_Mgb5jnxcw

Equality Mainstreaming: Disability and Gender Perspectives for Better Policies. <https://www.eipa.eu/>

European Commission. Women entrepreneurs. European Commission. https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/supporting-entrepreneurship/women-entrepreneurs_en

European Union. (2022). A Common Language: Language and Communication Policies for an Inclusive Europe. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/01ed788a-d266-11ec-a95f-01aa75ed71a1>

Girls Go Circular <https://eit-girlsgocircular.eu/>

How I Built This with Guy Raz, episode: SoulCycle: Julie Rice & Elizabeth Cutler, January 2019,

How to apply for grants <https://howtoapplyforgrants.com/>

How To Build a Website in 2024: <https://www.youtube.com/watch?v=acBjsjCqgtM>

How to Use Instagram Hashtags for Maximum Exposure:

<https://www.youtube.com/watch?v=bgNmS2Pdooc>

<https://open.spotify.com/episode/0AKKINZ9AKNssToW543p6F>

<https://open.spotify.com/show/4abb1zaJvy5kM9l0abIxSF?si=eSdIVLKuTbCmFbbpKCvI9A&nd=1&dlsi=1a9c0e077ce043dc>

<https://www.researchgate.net/publication/228926737> The Female Economy

Internationalisation of Business – Cases on Strategy Formulation and Implementation (Stefan Schmid).

Internationalisation Strategy Introduction. <https://www.youtube.com/watch?v=tT69TqsJSMg>

Krawcheck, Sallie. (2017) *Own It: The Power of Women at Work*. New York, Crown Business.

[LISTIAC](https://listiac.org/), and [MultiMind](https://multimind.com/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAuNGuBhAkEiwAGId4ahxNkAJlk7lzn8QnlYteUsQfwEBjjaVjRBIUHts7jgYWJFqNGiJa6xoCSw4QAvD_BwE), <https://listiac.org/>
https://multimind.com/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAuNGuBhAkEiwAGId4ahxNkAJlk7lzn8QnlYteUsQfwEBjjaVjRBIUHts7jgYWJFqNGiJa6xoCSw4QAvD_BwE

Meet The Most Successful Female Entrepreneur in American History | Forbes.

<https://www.youtube.com/watch?v=xNE5G5Q0qQ&t=18s>

Off the beaten track network. <https://www.offthebt.eu/register/>

Sandberg, Sh.. (2013) *Lean In: Women, Work, and the Will to Lead*. New York, Alfred A. Knopf.

SEO In 5 Minutes | What Is SEO And How Does It Work | SEO Explained | SEO Tutorial | Simplilearn:
https://www.youtube.com/watch?v=MYE6T_gd7H0

SME internationalisation beyond the EU. https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/improving-smes-access-marktets/sme-internationalisation-beyond-eu_en

Spot Phishing Emails | Here is how: <https://www.youtube.com/watch?v=o0btqyGWIQw>

Tasci, G. (2021). *Reflections on women in internationalisation*. Cypriot Journal of Educational Science. 16(2), 703.

TED Talk: *The real reason female entrepreneurs get less funding* by Dana Kanze, October 2017,
https://www.ted.com/talks/dana_kanze_the_real_reason_female_entrepreneurs_get_less_funding

TED Talk: *The Secret Power of Female Entrepreneurs* by Sage Lavine, March 2019,
https://www.ted.com/talks/sage_lavine_the_secret_power_of_female_entrepreneurs

The Female Economy by Michael J. Silverstein and Kate Sayre

The Female Founders Club

Top 5 Cybersecurity Skills | Cyber Security Career | Cyber Security Training | Simplilearn:
<https://www.youtube.com/watch?v=U3LMnJSNsLY>

Understanding International Entry Modes. https://www.youtube.com/watch?v=XF0t-vKw_NY

Walsh, M. (2022). *8 Steps to internationalise Your Business*. Altusfinancial.com.au.
<https://www.altusfinancial.com.au/blog/8-steps-to-internationalise-your-business>

What is gender equality? <https://www.youtube.com/watch?v=hklSpQl8hZo>

Women's Entrepreneurship Knowledge Hub. (n.d.). <https://wekh.ca/>

Women's Entrepreneurship Organization. Home. [https://www.we-org.com/](https://www.we-org.com/WomenXIMPACT)
[WomenXIMPACT](https://www.we-org.com/WomenXIMPACT) <https://womenximpact.com/en/home/>

Y Combinator. Startup School. <https://www.startupschool.org/>

Conclusie

Concluderend kan worden gezegd dat de training binnen het WOMENIN-project een cruciaal antwoord is op de dringende behoefte aan gendergelijkheid en inclusiviteit in het ondernemerschap. Door docenten in beroepsonderwijs en -opleiding (VET) uit te rusten met de noodzakelijke instrumenten en competenties, behandelt de cursus zowel de technische aspecten van ondernemerschap als de specifieke uitdagingen waarmee vrouwelijke ondernemers worden geconfronteerd. Via uitgebreide modules kunnen docenten een dieper inzicht krijgen in het vrouwelijk ondernemerschap, inclusief de trends, uitdagingen en kansen ervan in verschillende landen van de Europese Unie.

Bovendien heeft de cursus een cultuur van pleitbezorging voor gendergelijkheid bevorderd, waardoor trainers de mogelijkheid hebben gekregen om inclusiviteit te bevorderen, niet alleen in ondernemerschap maar ook in het onderwijs. Door een genderperspectief in alle stadia van het opleidingsproces te integreren, zijn docenten in staat om diversiteit en gelijkheid binnen hun onderwijsinstellingen te bevorderen. Bovendien legt de cursus de nadruk op de ontwikkeling van inclusieve communicatievaardigheden, waardoor trainers vrouwelijke ondernemers effectief kunnen begeleiden en ondersteunen tijdens hun ondernemersreis. Met de nadruk op internationalisering ontstaat er een mondiale visie op ondernemerschap, waardoor wordt gegarandeerd dat trainers zijn toegerust om de specifieke uitdagingen aan te pakken waarmee vrouwelijke ondernemers in heel Europa worden geconfronteerd. Terwijl we prioriteit blijven geven aan initiatieven zoals het WOMENIN-project, zetten we belangrijke stappen in de richting van het creëren van een meer inclusief en rechtvaardig ondernemerslandschap.