

WP2 - A9:

Kurs edukacyjny WOMENIN



Spis treści

Wprowadzenie do kursu edukacyjnego WOMENIN

Moduł 1: Wprowadzenie do przedsiębiorczości kobiet	4
Wstęp	4
Cele edukacyjne	4
Treść dydaktyczna	4
Rozdział 1: Wprowadzenie do przedsiębiorczości kobiet	4
Rozdział 2: Trudne wyzwania	5
Rozdział 3: Bariery wejścia na rynek, dostęp do zasobów i finansowania	7
Rozdział 4: Przeszkody prawne i regulacyjne	7
Ćwiczenia edukacyjne	8
Ćwiczenie 1: Mapowanie umysłu	8
Ćwiczenie 2: Wyznaczanie celów i planowanie działań	8
Ćwiczenie 3: Wizualizacja i afirmacja	9
Ćwiczenie 4: Koła mentoringu koleżeńskiego	9
Ćwiczenie 5: Analiza mocnych i słabych stron	9
Ćwiczenie 6: Odgrywanie scenariuszy	10
Moduł 2: Równość płci w przedsiębiorczości	12
Wstęp	12
Cele edukacyjne	12
Treść dydaktyczna	12
Rozdział 1: Czym jest równość płci w przedsiębiorczości?	12
Rozdział 2: Korzyści płynące z zachowania równości płci	13
Rozdział 3: Zależność między przedsiębiorczością kobiet a równością płci	14
Rozdział 4: Wyzwania stojące przed przedsiębiorczyniami	15
Ćwiczenia edukacyjne	16
Ćwiczenie 1: Planowanie strategii wejścia na rynek międzynarodowy	16

Ćwiczenie 2: Scenariusz z odgrywaniem ról	16
Ćwiczenie 3: Forum dyskusyjne	16
Moduł 3: Wzmocnienie i rozwój umiejętności cyfrowych w zakresie przedsiębiorczości	18
Wstęp	18
Cele edukacyjne	18
Treść dydaktyczna	18
Rozdział 1: Istotność cyfryzacji	18
Rozdział 2: W jaki sposób cyfryzacja może przynieść korzyści Twojej firmie?	19
Rozdział 3: Budowanie marki online	19
Rozdział 4: Narzędzia cyfrowe	20
Rozdział 5: Tworzenie treści	21
Rozdział 6: Ocena klienta	22
Rozdział 7: Optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (SEO)	22
Rozdział 8: Cyberbezpieczeństwo	23
Ćwiczenia edukacyjne	24
Ćwiczenie 1. Branding online: Tworzenie strategii działań w mediach społecznościowych	24
Ćwiczenie 2. Stosowanie opinii klientów: Przeprowadzenie analizy recenzji	25
Ćwiczenie 3. Optymalizacja pod kątem wyszukiwarek (SEO): Analiza słów kluczowych i tworzenie treści	25
Ćwiczenie 4. Cyberbezpieczeństwo: Ocena ryzyka cyberbezpieczeństwa	25
Moduł 4: Internacjonalizacja firm prowadzonych przez kobiety	27
Wstęp	27
Cele edukacyjne	27
Treść dydaktyczna	27
Rozdział 1: Internacjonalizacja firm prowadzonych przez kobiety	27
Rozdział 2: Analiza kontekstu internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety	28
Rozdział 3: Specyficzne wyzwania związane z internacjonalizacją firm prowadzonych przez kobiety	29

Rozdział 4: Efektywne strategie internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety	30
Rozdział 5: Adaptacja kulturowa i kompetencje globalne	31
Ćwiczenia edukacyjne	33
Ćwiczenie 1. Badanie trendów internacjonalizacji	33
Ćwiczenie 2. Analiza PESTEL dla procesu internacjonalizacji	33
Ćwiczenie 3. Planowanie strategii wejścia na rynek międzynarodowy.	33
Ćwiczenie 4. Porównanie stylów komunikacji w krajach o wysokim i niskim kontekście	33
Moduł 5: Zarządzanie zasobami i planowanie strategiczne	35
Wstęp	35
Cele edukacyjne	35
Treść dydaktyczna	35
Rozdział 1. Zarządzanie czasem i równowaga między życiem zawodowym a prywatnym	35
Rozdział 2: Zarządzanie personelem	38
Rozdział 3. Biurokracja i finansowanie	39
Rozdział 4. Istotność planowania strategicznego dla sukcesu rynkowego	41
Ćwiczenia edukacyjne	42
Ćwiczenie 1: Stosowanie zasady 2 minut.	42
Ćwiczenie 2: Przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej.	42
Ćwiczenie 3: Poszukiwanie źródła finansowania.	42
Ćwiczenie 4. Pomyśl o planie “5 Kroków” i odpowiedz na poniższe pytania w jego kontekście:	43
Ćwiczenie 5. Studium przypadku: Sara Blakely - doskonalenie zarządzania zasobami	43
Moduł 6: Język inkluzywny i efektywna komunikacja	45
Wstęp	45
Cele edukacyjne	46
Treść dydaktyczna	47
Rozdział 1: Czym jest język inkluzywny?	47

Rozdział 2: Język inkluzywny i jego znaczenie dla przedsiębiorczości kobiet	47
Rozdział 3: Główne bariery i ograniczenia	49
Rozdział 4: Formy języka inkluzywnego w środowisku pracy i w kręgach przedsiębiorczości kobiet	50
Ćwiczenia edukacyjne	51
Ćwiczenie 1: Nauka posługiwania się językiem inkluzywnym	51
Ćwiczenie 2: Scenariusz i odgrywanie ról	52
Ćwiczenie 3. Napisz ogłoszenie o pracę od podstaw, używając języka inkluzywnego	53
Ćwiczenie 4: Tworzenie zestawu narzędzi językowych sprzyjających inkluzywności	54
Moduł 7: Perspektywa płci i aspekty przekrojowe	56
Wstęp	56
Cele edukacyjne	56
Treść dydaktyczna	57
Rozdział 1. Zrozumienie podstaw/podejść do włączania problematyki płci do głównego nurtu edukacji i szkoleń	58
Rozdział 2: Znajomość obowiązków i punktów wejścia dla włączania problematyki płci do głównego nurtu edukacji i szkoleń	59
Rozdział 3: Angażowanie kobiet w działania przywódcze i decyzyjne związane z programami edukacyjnymi i szkoleniowymi	59
Rozdział 4: Zapoznanie się ze strategiami i narzędziami włączania problematyki płci do głównego nurtu kształcenia poprzez programy edukacyjne i szkoleniowe.	60
Rozdział 5: Zalecenia dotyczące opracowywania strategii włączania do głównego nurtu kształcenia dla decydentów, organizacji i przedsiębiorczyń	61
Ćwiczenia edukacyjne	62
Ćwiczenie 1: Szkolenie w zakresie przedsiębiorczości	62
Ćwiczenie 2: Program mentorski	62
Ćwiczenie 3: Dostęp do finansowania	63
Ćwiczenie 4: Inkubatory przedsiębiorczości	63

Ćwiczenie 5: Wydarzenia networkingowe	63
Ćwiczenie 6: Rzecznictwo i zwiększanie świadomości	63
Bibliografia	64
Dodatkowe zasoby	72
Zakończenie	76



Ten utwór jest dostępny na [licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Wprowadzenie do kursu edukacyjnego WOMENIN

W dzisiejszych czasach promowanie równości płci i integracji stało się kluczowe we wszystkich sferach życia społecznego. W świecie przedsiębiorczości potrzeba ta widoczna jest jeszcze bardziej. Niniejszy kurs edukacyjny, opracowany w ramach projektu WOMENIN, jest odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na bardziej sprawiedliwe i inkluzywne podejście do przedsiębiorczości.

Głównym celem tego kursu jest wyposażenie nauczycieli kształcenia i szkolenia zawodowego (VET) w narzędzia niezbędne do zajęcia się nie tylko technicznymi i koncepcyjnymi aspektami przedsiębiorczości, ale także specyficznymi wyzwaniami stojącymi przed przedsiębiorczyniami. Dzięki temu programowi edukacyjnemu nauczyciele nie tylko zdobędą dogłębne zrozumienie możliwości i wyzwań stojących przed przedsiębiorczymi kobietami, ale także rozwiną kompetencje niezbędne do skutecznego przekazywania tej wiedzy.

Kurs został opracowany z myślą o kilku kluczowych celach. Po pierwsze, ma na celu ułatwienie zrozumienia przedsiębiorczości kobiet w jej pełnym wymiarze, w tym jej trendów, wyzwań i szans w różnych krajach Unii Europejskiej. Ponadto ma na celu promowanie równości płci, zarówno w sferze przedsiębiorczości, jak i edukacji, wzmacniając trenerów, aby byli aktywnymi rzecznikami tej sprawy. Kurs koncentruje się również na integracji perspektywy płci w podejściu przekrojowym na wszystkich etapach procesu szkoleniowego i w treści kursu.

Kurs ma również na celu rozwijanie umiejętności komunikacji włączającej (inkluzywnej), a także przygotowanie trenerów do odgrywania kluczowej roli w szkoleniu przedsiębiorczyń, wyposażając ich w umiejętności i pewność siebie w prowadzeniu i wspieraniu uczennic. Ponadto kurs odnosi się do internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety, wspierając globalną wizję przedsiębiorczości.

Dlatego też ten 7-modułowy kurs szkoleniowy został przygotowany z zamiarem zapewnienia trenerom pełnego przygotowania do radzenia sobie ze specyficznymi wyzwaniami przedsiębiorczości kobiet i stania się motorem pozytywnych zmian sytuacji przedsiębiorczyń w całej Europie.

Dzięki spójnej strukturze i formatowi, a także specjalistycznym modułom opracowanym przez każdego z partnerów projektu, kurs ten oferuje kompleksowe doświadczenie edukacyjne, które wyposaży trenerów w wiedzę i umiejętności niezbędne do wspierania i wzmacniania pozycji przedsiębiorczyń w ich podróży zawodowej.

W kolejnych sekcjach zagłębimy się w wieloaspektową sferę przedsiębiorczości kobiet, badając tematy od równości płci i umiejętności przedsiębiorczości cyfrowej, po strategię internacjonalizacji, techniki zarządzania, język inkluzywny i integrację perspektyw płci w różnych domenach.

Kurs edukacyjny WOMENIN



Moduł 1

Wprowadzenie do przedsiębiorczości kobiet

Moduł 1: Wprowadzenie do przedsiębiorczości kobiet

Wstęp

Niniejszy kurs edukacyjny ma na celu wyposażenie trenerów zawodowych w wiedzę, narzędzia i zasoby potrzebne do skutecznego kształcenia w zakresie przedsiębiorczości i wspierania kobiet w realizacji ich ambicji przedsiębiorczych. Poprzez budowanie integracyjnego i przyjaznego środowiska edukacyjnego, możemy umożliwić kobietom pokonywanie barier, wyzwalać ich potencjał, osiągnięcie osobistych celów i rozwijanie się w roli przedsiębiorców.

Przedsiębiorczynie stoją przed innymi wyzwaniami niż przedsiębiorcy płci męskiej, a być może nawet poważniejszymi. W tym szkoleniu zamierzamy zbadać niektóre z głównych trudności, przed którymi stoją kobiety przedsiębiorcze, aby pomóc Ci, jako trenerowi, być ich świadomym i gotowym do przekazywania wiedzy oraz wspierania swoich uczennic w ich przewycięzaniu.

Cele edukacyjne

W tym module przedstawimy krótkie wprowadzenie do świata przedsiębiorczości kobiet i konkretnych wyzwań, dzięki czemu trenerzy zawodowi będą gotowi do wspierania kobiet w przygotowaniach do stawiania im czoła oraz w samym działaniu. W module tym znajdziesz konkretne wyzwania, przed którymi stoją przedsiębiorczynie na swojej drodze do sukcesu. Jako trener lub edukator możesz wykorzystać te materiały, aby zwiększyć ich szanse na sukces.

Moduł ten oferuje również zestaw praktycznych ćwiczeń do wykorzystania podczas nauki, które mogą pomóc przedsiębiorczym kobietom w doskonaleniu ich umiejętności i stawianiu czoła wyzwaniom, przed którymi staną na swojej drodze zawodowej.

Treść dydaktyczna

Rozdział 1: Wprowadzenie do przedsiębiorczości kobiet

Kim jest przedsiębiorczyni? Według jednej z definicji kobiety przedsiębiorczej jest to "kobieta lub grupa kobiet, które rozpoczynają i prowadzą zorganizowaną działalność gospodarczą".

"Przedsiębiorczynie to kobiety, które wprowadzają innowacje, inicjują lub podejmują działalność gospodarczą."

Schumpeter

"Każda kobieta lub grupa kobiet, która wprowadza innowacje, inicjuje lub przyjmuje działalność gospodarczą, może być nazywana przedsiębiorczynią."

Frederick Harbison

Na całym świecie ponad jedna trzecia inicjatyw biznesowych napędzanych przedsiębiorczością jest prowadzona przez kobiety (GEM 2022/23). Mając to na uwadze, jako trener przedsiębiorczości lub biznesu musisz pamiętać, że istnieją pewne różnice między przedsiębiorcami płci męskiej i żeńskiej. Znajdują one odzwierciedlenie zwłaszcza w takich czynnikach jak motywacja. Ważne jest, aby zrozumieć, że większość kobiet rozpoczyna własne przedsięwzięcia z konieczności, związanej z czynnikami ekonomicznymi lub potrzebą autonomii, a ich kapitał początkowy i zasoby są w wielu przypadkach ograniczone (Moore, 1997).

Większość kobiet rozpoczynających swoją przygodę z przedsiębiorczością posiada:

- Niskie dochody,
- Ograniczone udogodnienia,
- Rodzinę.

Z tym wiąże się pewna liczba wyzwań:

- Rodzina nie zawsze jest wsparciem.
- Zdobycie środków finansowych jest bardzo trudne (znacznie trudniejsze niż w przypadku mężczyzn), zwłaszcza na początku.
- Wiele z nich nie posiada odpowiedniego wykształcenia biznesowego i szkoleń.
- Brak kapitału obrotowego, często przekładający się na małe marże.

Przedsiębiorczynie ponadto:

- Są pracowite, co sprzyja trwałości i wzrostowi biznesu.
- Preferują bezpieczeństwo ponad wzrost.
- Wolą stabilność od podejmowania ryzyka.

Czynniki te są tym, co zwykle wyróżnia przedsiębiorczość kobiet i będzie miało wpływ na ścieżkę przedsiębiorczości, wydajność i szansę na sukces wśród kobiet zorientowanych na biznes. Muszą one

być brane pod uwagę przez edukatorów i trenerów, którzy chcą wspierać przedsiębiorczynie. Należy jednak pamiętać, że niektóre z tych wyzwań mogą różnić się między sobą w zależności od kraju, uwarunkowań społecznych i kulturowych oraz innych czynników lokalnych. Należy więc być świadomym lokalnej specyfiki i być przygotowanym na dostosowanie swoich porad do konkretnych uczestników, ich zasobów, warunków, a także motywacji do angażowania się w przedsiębiorczość (Demneri, 2023).

Rozdział 2: Trudne wyzwania

Istnieją trudniejsze wyzwania, przed którymi stają przedsiębiorczynie na swojej ścieżce kariery, ponieważ często są one poza kontrolą samej kobiety przedsiębiorczej i są głęboko zakorzenione w środowisku.

Niektóre z nich są szczególnie trudne do pokonania ze względu na ugruntowane przekonania i postawy społeczne lub zawodowe. Zapewniając wsparcie przedsiębiorczynom, musisz być gotowa/gotowy, aby pomóc im rozpoznać, zrozumieć i pokonać te trudności, aby nie stanowiły dla nich tak znacznego problemu oraz aby nie poniosły porażki jako przedsiębiorczynie w wyniku tych niezależnych od nich czynników. Zrozumienie rzeczywistości pomoże zwiększyć ich szanse na sukces.

Niektóre z najbardziej problematycznych barier to:

- **Dostęp do finansowania:** Trudności w pozyskaniu kapitału początkowego lub inwestycji na rozpoczęcie działalności ze względu na uprzedzenia płciowe w społeczności inwestorskiej.
- **Brak dostępu do sieci kontaktów:** Ograniczony dostęp do profesjonalnych społeczności i możliwości mentoringu, które mają kluczowe znaczenie dla zdobywania wiedzy i wsparcia w zakresie przedsiębiorczości.
- **Uprzedzenia płciowe:** Stawianie czoła stereotypom i uprzedzeniom, które podważają wiarygodność i potencjał kobiet jako przedsiębiorców, wpływając na ich zdolność do pozyskiwania inwestorów i klientów.
- **Równowaga między życiem zawodowym a prywatnym:** Dążenie do zrównoważenia wymagań związanych z rozpoczęciem działalności gospodarczej z obowiązkami rodzinnymi i innymi zobowiązaniami osobistymi.
- **Dostęp do zasobów:** Trudności w dostępie do zasobów, takich jak przystępna cenowo przestrzeń do pracy, technologia i usługi wsparcia biznesowego.

- **Bariery wejścia na rynek:** Wyzwania związane z wkraczaniem do branż zdominowanych przez mężczyzn lub sektorów, w których kobiety są niedostatecznie reprezentowane, w tym trudności z dostępem do kanałów dystrybucji i możliwości pozyskiwania zamówień.
- **Zwątpienie i brak pewności siebie:** Radzenie sobie z poczuciem zwątpienia w siebie i syndromem oszusta, które mogą utrudniać podejmowanie ryzyka i wykorzystywanie nadarzających się okazji.
- **Przeszkody prawne i regulacyjne:** Zmaganie się ze złożonymi wymogami prawnymi i regulacyjnymi, które mogą mieć nieproporcjonalnie duży wpływ na przedsiębiorczynie, zwłaszcza w regionach, w których obowiązują przepisy dyskryminujące płciowo.
- **Nieliczne wzorce do naśladowania:** Brak wyraźnych kobiecych wzorców do naśladowania i liderów w dziedzinie przedsiębiorczości, co utrudnia kobietom wyobrażenie sobie siebie jako odnoszących sukcesy przedsiębiorczyń.
- **Oczekiwania kulturowe i społeczne:** Stawianie czoła społecznym i kulturowym oczekiwaniom dotyczącym ról i obowiązków kobiet, które mogą zniechęcać je do prowadzenia działalności gospodarczej lub zajmowania stanowisk kierowniczych.

Niektóre z tych przeszkód i stwierdzeń w świecie przedsiębiorczości kobiet pokrywają się i łączą z tymi opisanymi w poprzednim rozdziale. W dalszej części tego rozdziału zajmiemy się niektórymi z tych tematów i przedstawimy kilka sposobów radzenia sobie z nimi. Kolejne tematy zostaną omówione w dalszej części szkolenia (Moore, 1997).

Rozdział 3: Bariery wejścia na rynek, dostęp do zasobów i finansowania

Bariery, jakie napotykają kobiety wchodząc na "rynek biznesowy", mogą się różnić w zależności od branży, regionu i konkretnych okoliczności. Jednak niektóre typowe bariery wejścia obejmują:

- **Dostęp do kapitału początkowego:** większość kobiet rozpoczyna swoją działalność gospodarczą powoli i z dużym trudem, co wynika z istnienia problemów z finansowaniem na początku ich ścieżki rozwoju.
- **Ograniczony dostęp do sieci kontaktów:** kobiety dysponują bardziej ograniczoną siecią kontaktów społecznych, co prowadzi do powstania poważniejszych wyzwań w zakresie budowania profesjonalnych sieci kontaktów. Powiązania te mają kluczowe znaczenie dla dostępu do wiedzy branżowej, możliwości uzyskania mentoringu oraz pozyskania potencjalnych klientów. Fakt posiadania słabo rozwiniętej sieci kontaktów zmniejsza również ich zdolność do odszukiwania i uzyskiwania dostępu do kanałów dystrybucji i pozostałych rynków, szczególnie w sektorach, w których prym wiodą mężczyźni.

- **Brak rozpoznawalności i uznania:** przedsiębiorczynie zmagają się z uzyskaniem rozpoznawalności i uznania na rynkach, na których są niedostatecznie reprezentowane i "nie pasują" społecznie, co ogranicza ich potencjał rozwoju.

Ty, jako trener zawodowy, powinnaś/powinieneś zrozumieć te bariery i znaleźć sposób, aby pomóc przedsiębiorczyniom w radzeniu sobie z nimi, a także być uważną/uważnym i wyczuloną/wyczulonym na różne rodzaje działalności i/lub rynków, do których Twoje podejście i instrukcje muszą być odpowiednio dostosowane (Elam, 2023).

Rozdział 4: Przeszkody prawne i regulacyjne

W tym rozdziale zajmiemy się wymogami regulacyjnymi i wymaganiami zgodności, które same w sobie stanowią dodatkowe wyzwanie, zwłaszcza w regionach, w których nadal istnieją przepisy lub prawa dyskryminujące płciowo.

Systemy prawne i narzucone przepisy mogą stanowić poważne wyzwanie, gdy przedsiębiorczynie rozpoczynają swoją karierę. Ponadto, jak wspomniano powyżej, istnieją polityki lub regulacje wynikające z uprzedzeń płciowych, które nadal obowiązują w niektórych krajach lub regionach. Ograniczony dostęp do zasobów prawnych i informacji utrudnia kobietom przedsiębiorczym poznanie swoich praw, przepisów i zasad, których muszą przestrzegać, na przykład dyskryminujących regulacji prawa pracy lub reguł dotyczących nabywania nieruchomości przez kobiety.

Z powodu stosowania praktyk dyskryminujących w procesach licencjonowania i wydawania pozwoleń, przedsiębiorczynie często borykają się z opóźnieniami uzyskiwania pozwoleń lub licencji. Również władze niekiedy stwarzają mogą dodatkowe bariery dla przedsiębiorczyń. Ograniczone zasoby, jakimi dysponują przedsiębiorczynie, mogą stanowić wyzwanie w obszarze nieodpowiedniej ochrony własności intelektualnej, zwłaszcza z uwagi na obowiązujące skomplikowane przepisy prawne. Firmy prowadzone przez kobiety mogą doświadczać większych trudności w zakresie dostępu do kontraktów rządowych, uzyskiwania koncesji publicznych i możliwości dostarczania materiałów lub produktów.

Jako edukator zawodowy powinnaś/powinieneś być świadoma/świadomy tych problemów i być gotowa/gotowy, aby udzielać porad i edukować przedsiębiorczynie, które zwracają się do Ciebie po pomoc. Dzięki tej wiedzy przedsiębiorczynie będą bardziej ostrożne i świadome potencjalnych wyzwań oraz będą gotowe, aby z powodzeniem stawiać im czoła, zwiększając swoje szanse na sukces i minimalizując ryzyko porażki poprzez działanie na oślep, co mogłoby prowadzić do dalszego uszczuplania ich ograniczonych zasobów.

Ćwiczenia edukacyjne

Ćwiczenie 1: Mapowanie umysłu

Ćwiczenie to umożliwia przedsiębiorczynom zrozumienie omawianych kwestii i uzyskanie strategicznego wglądu w ich podróż biznesową, co z kolei będzie prowadzić do skutecznego pokonywania przeszkód i osiągnięcia celów z pewnością siebie i wytrwałością.

Instrukcja realizacji ćwiczenia:

- Zapewnij uczestnikom duży arkusz papieru lub cyfrowe narzędzie do tworzenia map myśli.
- Poproś ich o przeprowadzenie burzy mózgów i zmapowanie różnych wyzwań, przed którymi stoją jako kobiety przedsiębiorcze, dzieląc je na kategorie tematyczne, takie jak finansowanie, tworzenie sieci kontaktów, dostęp do rynku i zachowanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym.
- Zachęć uczestników do zidentyfikowania wspólnych wzorców i cech wyzwań, przed którymi stoją.

Ćwiczenie 2: Wyznaczanie celów i planowanie działań

Celem tego ćwiczenia jest ukazanie przedsiębiorczynom istotności wyznaczania celów i planowania działań jako potężnych narzędzi do przekładania ich aspiracji na konkretne działania, wytrwałego pokonywania wyzwań i osiągnięcia długofalowego sukcesu na ścieżce przedsiębiorczości.

Instrukcja realizacji ćwiczenia:

- Poprowadź uczestników przez ćwiczenie wyznaczania celów, w którym określą specyficzne, mierzalne, osiągalne, realistyczne i określone w czasie (SMART) cele zmierzające do przezwyciężenia kluczowych dla nich wyzwań.
- Zachęć uczestników do podzielenia swoich celów na łatwiejsze do zrealizowania etapy i stworzenia harmonogramu ich wykonywania.
- Zapewnij możliwości przekazywania wzajemnych informacji zwrotnych i odpowiedzialności, aby wspierać realizację zadania.

Ćwiczenie 3: Wizualizacja i afirmacja

Poniższe ćwiczenia wizualizacji i afirmacji są cennym narzędziem dla przedsiębiorczyń, które pozwala im rozwijać pozytywne nastawienie, zwiększać pewność siebie i dostosowywać swoje działania do

celów i wartości. Wykorzystując siłę wizualizacji, kobiety przedsiębiorcze mogą uwolnić swój pełen potencjał i stworzyć przyszłość, której oczekują dla siebie i swoich przedsięwzięć.

Instrukcja realizacji ćwiczenia:

- Poprowadź uczestników przez ćwiczenia wizualizacyjne z przewodnikiem, w których wyobrażają sobie, jak pokonują wyzwania, osiągają swoje cele i rozwijają się jako odnoszący sukcesy przedsiębiorcy.
- Zachęć uczestników do tworzenia osobistych afirmacji lub mantr, które odzwierciedlają ich odporność, mocne strony i aspiracje.
- Zaproponuj wprowadzenie praktyk wizualizacji i afirmacji do regularnych, rutynowych czynności w celu kultywowania pozytywnego nastawienia i wzmacniania odporności w obliczu przeciwności losu.

Ćwiczenie 4: Koła mentoringu koleżeńskie

Koła mentoringu koleżeńskie oferują przedsiębiorczym efektywną platformę do nauki, rozwoju i rozbudowy społeczności. Wykorzystując zbiorową wiedzę, wsparcie i przyjaźń koleżanek i kolegów, uczestnicy mogą łatwiej pokonywać przeszkody, częściej wykorzystywać nadarzające się okazje oraz osiągać większe sukcesy i satysfakcję na swojej ścieżce przedsiębiorczości. Na potrzeby tego ćwiczenia trenerka/trener może również zaprosić właścicielki firm o ugruntowanej pozycji na rynku na gościnny wykład, podczas którego będą one mogły podzielić się swoim doświadczeniami i przemyśleniami.

Instrukcja realizacji ćwiczenia:

- Zorganizuj koła mentoringu koleżeńskie, w których uczestnicy będą mogli dzielić się własnymi doświadczeniami, spostrzeżeniami i poradami na temat radzenia sobie z wyzwaniami w sferze przedsiębiorczości.
- Zapewnij ustrukturyzowane zachęty do dyskusji lub tematy związane z konkretnymi wyzwaniami, umożliwiając uczestnikom oferowanie wsparcia i wskazówek swoim koleżankom.
- Zachęcaj do aktywnego słuchania, okazywania empatii i udzielania konstruktywnych informacji zwrotnych w obrębie kół mentorskich.

Ćwiczenie 5: Analiza mocnych i słabych stron

Ćwiczenie to ma na celu umożliwienie przedsiębiorczyniom wykorzystania ich mocnych stron, radzenia sobie ze słabościami i poszukiwania szans zgodnych z ich wizją i wartościami. Wykorzystując swoje unikalne możliwości i potencjał, kobiety przedsiębiorcze mogą osiągnąć większy sukces, satysfakcję i wywierać znaczący wpływ na swoją aktywność biznesową.

Instrukcja realizacji ćwiczenia:

- Poproś uczestników o stworzenie listy swoich mocnych i słabych stron w życiu osobistym i zawodowym.
- Zachęć ich do zastanowienia się nad tym, w jaki sposób ich mocne strony mogą pomóc im przezwyciężyć napotykane wyzwania i wykorzystać pojawiające się szanse w ich przedsiębiorczej podróży.
- Poprowadź dyskusje grupowe, podczas których uczestnicy otrzymają możliwość podzielenia się swoimi spostrzeżeniami i strategiami radzenia sobie ze słabościami i rozwijania mocnych stron.

Ćwiczenie 6: Odgrywanie scenariuszy

Odgrywanie scenariuszy zapewni przedsiębiorczyniom wartościową okazję do rozwijania podstawowych umiejętności biznesowych, wzmacniania dynamiki interpersonalnej i budowania pewności siebie w zakresie radzenia sobie ze złożonymi wyzwaniami i wykorzystywania możliwości pojawiających się na ich ścieżce przedsiębiorczości.

Instrukcja realizacji ćwiczenia:

- Opracuj scenariusze odgrywania ról w oparciu o typowe wyzwania stojące przed przedsiębiorczyniami, takie jak negocjowanie warunków finansowania, prezentowanie oferty inwestorom lub radzenie sobie z uprzedzeniami płciowymi w interakcjach biznesowych.
- Podziel uczestników na małe grupy i przydziel każdej z nich scenariusz do odegrania.
- Zachęć uczestników do eksperymentowania z różnymi strategiami i stylami komunikacji w celu skutecznego radzenia sobie z wyzwaniami przedstawionymi w scenariuszach.

Kurs edukacyjny WOMENIN



Moduł 2

Równość płci w przedsiębiorczości

Moduł 2: Równość płci w przedsiębiorczości

Wstęp

Wprowadzenie do modułu "Równość płci w przedsiębiorczości" zawiera ogólne streszczenie kluczowych koncepcji, które zostaną dokładnie przeanalizowane podczas całego kursu. Celem tego modułu jest zbadanie różnych aspektów równości płci w kontekście przedsiębiorczości, podkreślając przeszkody, perspektywy i kluczowe czynniki, które pozytywnie wpływają na doświadczenia przedsiębiorczyń. Ważne jest, aby stworzyć środowisko, które jest sprawiedliwe i inkluzywne dla kobiet, które chcą założyć własne przedsiębiorstwa. Optymalne wykorzystanie potencjału zróżnicowanej puli talentów może przynieść ogromne korzyści Unii Europejskiej, która jest dynamicznym podmiotem gospodarczym. Niniejszy moduł ma na celu przyczynienie się do kompleksowego zrozumienia i rozwiązania problemu nierówności w przedsiębiorczości na tle płciowym. Poprzez szczegółową analizę i wyjaśnienie różnic w płciowych w procesach przedsiębiorczości, moduł ten ma na celu wzmocnienie pozycji ekonomicznej kobiet i wspieranie zrównoważonego rozwoju w UE.

Cele edukacyjne

Po ukończeniu modułu trenerzy będą dysponować jasnym i spójnym zestawem celów, które pomogą ukierunkować proces kształcenia. Cele te obejmują zrozumienie dynamiki płci w przedsiębiorczości, ocenę implikacji polityk w kontekście Unii Europejskiej, promowanie ekosystemów przedsiębiorczości sprzyjających włączeniu społecznemu, tworzenie strategii biznesowych uwzględniających równość płci, przedstawianie pozytywnych studiów przypadków, zachęcanie do nawiązywania kontaktów i mentoringu, ocenę wskaźników wpływu, ułatwianie otwartych dyskusji, zachęcanie do wspólnego uczenia się i zachęcanie trenerów do wspierania równości płci. Dzięki zapewnieniu, że trenerzy są wyposażeni w wiedzę i umiejętności niezbędne do wspierania przedsiębiorczyń w tworzeniu integracyjnego, sprawiedliwego i wspierającego środowiska, cele te dążą do wzrostu liczby przedsiębiorczyń, które odnoszą sukcesy i są zaangażowane w środowisko przedsiębiorczości.

Treść dydaktyczna

Rozdział 1: Czym jest równość płci w przedsiębiorczości?

Równość płci jest przede wszystkim prawem człowieka. Oprócz tego, że jest podstawowym prawem ludzkim, równość płci jest również niezbędnym warunkiem istnienia dobrze prosperującego,

pokoju i zrównoważonego świata. Chociaż w ostatnich latach nastąpił w tym zakresie postęp, równość płci nie zostanie osiągnięta do 2030 r., jeśli obecne warunki będą się utrzymywać.

Równość płci sugeruje, że wszyscy chłopcy, dziewczęta, kobiety i ludzie ze wszystkich klas i kultur uczestniczą w życiu społecznym na równych zasadach i reprezentują taką samą wartość. Mają jednakowy dostęp do uprawnień administracyjnych, swobód i zasobów. Równość płci odnosi się do faktu, że wszyscy ludzie mogą swobodnie rozwijać swoje osobiste zdolności i podejmować decyzje bez ograniczeń wynikających ze stereotypów i uprzedzeń dotyczących ról płci. Oznacza to również, że interesy, potrzeby i priorytety mężczyzn i kobiet, a także dziewcząt i chłopców, są uwzględniane, przy jednoczesnym uznaniu różnorodności między poszczególnymi grupami. Równość płci odnosi się do założenia, że prawa, obowiązki i możliwości danej osoby nie powinny być determinowane przez jej pochodzenie etniczne, wiek, zdolność do samodzielnej opieki, niepełnosprawność lub pochodzenie - wiejskie lub miejskie.

Kobiety mają prawo do życia pełnego szacunku, poczucia bezpieczeństwa i ochrony. Aby promować rozwój i zwalczać ubóstwo, niezbędne jest wzmocnienie pozycji kobiet i dziewcząt. Zdrowe, inteligentne i pewne siebie kobiety poprawiają dobrostan i zamożność całych rodzin, społeczności i krajów.

Rozdział 2: Korzyści płynące z zachowania równości płci

Spółeczności są bezpieczniejsze, zdrowsze i szczęśliwsze, gdy istnieje w nich równość płci. Kraje o wyższym poziomie równouprawnienia płci są bardziej zintegrowane i osiągają większe wymierne korzyści. Poniżej przedstawiono listę konkretnych społecznych zalet równości płci:

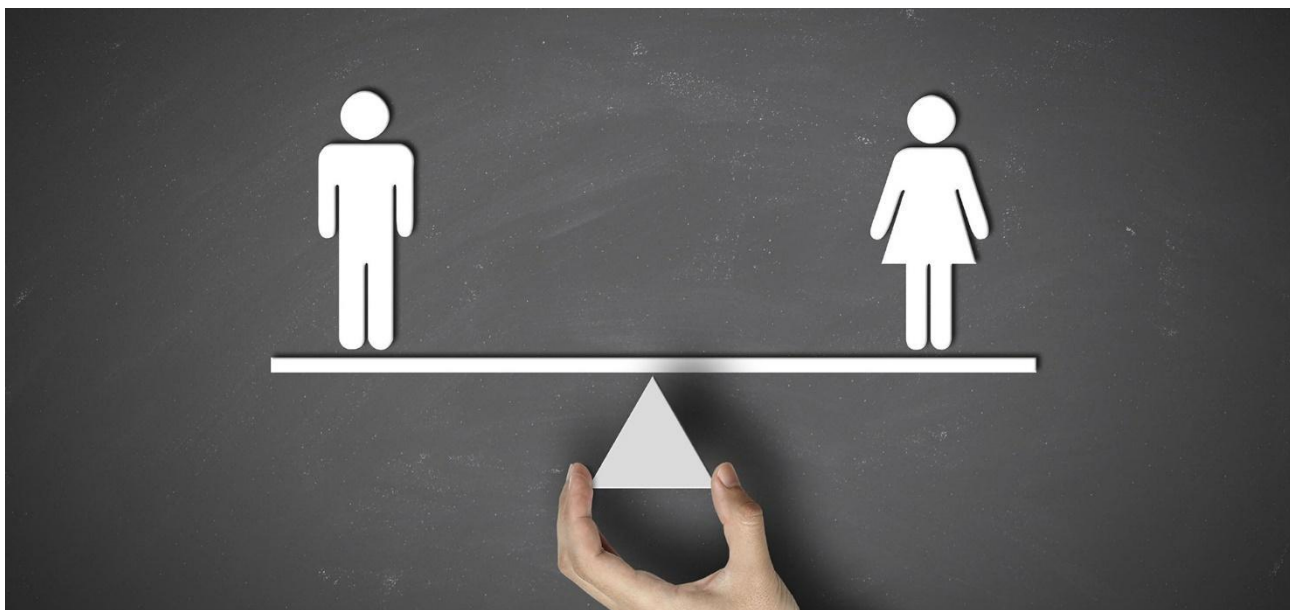
- **Równość ekonomiczna:** Społeczeństwo zyskuje, gdy możliwości zatrudnienia są równe dla obu płci. Badania wskazują, że zróżnicowane miejsce pracy - które uwzględnia różnorodność płci - jest bardziej produktywnie. Gospodarka również czerpie korzyści z tej sytuacji. Produkt Krajowy Brutto (PKB) kraju znacząco wzrasta, wskaźniki ubóstwa spadają, społeczności rozwijają się, a wszystkie płcie mają równe szanse na zatrudnienie.
- **Usprawniona edukacja:** Każdy uczeń w systemie edukacji zyskuje na równości płci. Dziewczęta, które uczęszczają do szkoły, są bardziej produktywnie i zdrowsze, zarabiają więcej pieniędzy i zapewniają lepszą przyszłość swoim rodzinom. Pomaga to w budowaniu systemu gospodarczego, który przynosi korzyści ludziom wszystkich płci i poprawia zdrowie społeczności. UNICEF donosi, że uzyskanie wykształcenia średniego znacznie zwiększa zarobki dziewcząt na przestrzeni całego życia, zwiększa tempo wzrostu gospodarczego kraju, zmniejsza liczbę małżeństw zawieranych przez dzieci, zmniejsza śmiertelność dzieci, redukuje umieralność matek i ogranicza zahamowanie wzrostu dzieci.

- **Zredukowane ubóstwo:** Osobami w największym stopniu dotkniętymi ubóstwem na świecie są kobiety i dziewczęta. Cykle ubóstwa powtarzają się, ponieważ osoby te nie posiadają równego dostępu do edukacji, możliwości zatrudnienia i uzyskiwania dochodów. Zapewnienie równych szans kobietom i mężczyznom pozwoliłoby całym rodzinom wyjść z ubóstwa i obniżyć wskaźnik biedy na całym świecie.
- **Poprawa stanu zdrowia:** Badania wskazują, że występowanie nierówności płci ma negatywny wpływ na szereg czynników zdrowotnych, takich jak planowanie rodziny, odżywianie, choroby pandemiczne oraz zdrowie matek i dzieci. Badania wskazują, że przebudowa systemów medycznych w celu zapewnienia wszystkim płciom równego dostępu do opieki zdrowotnej skutkuje uzyskaniem poprawy ogólnego stanu zdrowia społeczeństwa. Wyniki te obejmują obniżone wskaźniki śmiertelności, depresji i zespołu stresu pourazowego (PTSD), poprawę samooceny stanu zdrowia i zmniejszenie spożycia alkoholu.

Rozdział 3: Zależność między przedsiębiorczością kobiet a równością płci

Przedsiębiorczość jest kluczowym katalizatorem wzrostu gospodarczego i rozwoju, sprzyjając przy tym opracowywaniu innowacji kulturowych i technologicznych, a także generowaniu zysków i tworzeniu miejsc pracy (Bank Światowy, 2020). Wciąż jednak istnieje wiele wyzwań, z którymi przedsiębiorczynie muszą zmierzyć się, podejmując i rozwijając działalność gospodarczą. W związku z tym ich możliwości tworzenia nowych rodzajów wartości i wspierania ekosystemów przedsiębiorczości są ograniczone (ONZ, 2019; Kraus i Roig-Tierno, 2020). Uprzedzenia i nierówności płciowe odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu ekosystemów przedsiębiorczości. Czynniki te ograniczają również opcje dostępne dla kobiet i utrudniają im wprowadzanie innowacji i generowanie wartości. Z tego powodu postęp w zakresie równości płci zyskuje uwagę i zainteresowanie naukowców, decydentów i praktyków. Równość płci może promować przedsiębiorczość na wiele sposobów. Tworzenie nowych możliwości: Według OECD (2021a) równość płci może umożliwić przedsiębiorczynom dostęp do rynków, sieci i zasobów, do których wcześniej nie miały dostępu. Może to stymulować powstawanie nowych przedsięwzięć biznesowych i generować nowe rodzaje wartości. Dywersyfikacja płci może zachęcać do innowacji i kreatywności, wnosząc nowe pomysły i perspektywy do procesu przedsiębiorczości. Podnosząc poziom równości płci, decydenci i praktycy mogą zachęcać do kreatywności i pluralizmu w przedsiębiorczości, tworząc nowe rodzaje wartości i promując postęp społeczny i technologiczny. Zwiększanie kapitału społecznego: Kobiety przedsiębiorcze mogą uzyskać dostęp do systemów, trenerów i innych zasobów, które mogą pomóc im w zakładaniu i rozwijaniu działalności gospodarczej, opowiadając się za równością płci (Brush i in.,

2018). Według Alam i Devi (2020), równość płci może potencjalnie poszerzyć perspektywy i światopogląd jednostek, co z kolei może stymulować powstawanie nowych pomysłów i rozwiązań.



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

Rozdział 4: Wyzwania stojące przed przedsiębiorczyniami

Liczne przeszkody, z którymi często borykają się przedsiębiorczynie, mogą utrudniać im odniesienie sukcesu w świecie biznesu.

Pozyskanie finansowania jest główną trudnością, a kobiety doświadczają różnic w procesie ubiegania się o pomoc finansową, w porównaniu z mężczyznami.

Przytłaczający strach przed porażką dodatkowo potęgowany jest przez przyjęte powszechnie normy społeczne i pozostałe wymagania stawiane właścicielkom firm.

Zarządzanie obowiązkami zawodowymi i rodzinnymi w tym samym czasie jest kolejnym trudnym zadaniem, które wymaga odpowiedniego zrównoważenia.

Kobiety mogą spotykać się z uprzedzeniami na tle płci w środowisku zawodowym, co uniemożliwia im korzystanie z istotnych szans nawiązywania kontaktów. Zmaganie się z głęboko zakorzenionymi stereotypami płciowymi, które wpływają na opinie ludzi na temat kompetencji kobiet w świecie biznesu, staje się ciągłą walką.

Bycie lekceważoną jest prawdopodobnie najpowszechniejszą przeszkodą, z jaką muszą mierzyć się przedsiębiorczynie. Kobiety przedsiębiorcze często spotykają się z uprzedzeniami i sceptycyzmem, co sprawia, że muszą nieustannie pracować nad pokonaniem tych przeszkód i ugruntowaniem swojej obecności i wiedzy w przestrzeni przedsiębiorczości.

Ćwiczenia edukacyjne

Ćwiczenie 1: Planowanie strategii wejścia na rynek międzynarodowy

Zachęć wszystkich uczestników aby poświęcili chwilę na wypisanie na tablicy swoich indywidualnych osiągnięć i mocnych stron związanych z przedsiębiorczością oraz zastanowienie się nad nimi. Następnie poproś ich, aby wymienili obszary, które ich zdaniem nadal wymagają pracy, takie jak luki w wiedzy i umiejętnościach, które mogą zostać uzupełnione.

Ćwiczenie 2: Scenariusz z odgrywaniem ról

Przygotuj się na postawienie się w sytuacji przedsiębiorczyni! Uczestnicy wezmą udział w ćwiczeniach polegających na odgrywaniu ról, które odzwierciedlają rzeczywiste wyzwania. Każdy uczestnik będzie miał okazję zastosować swoje umiejętności rozwiązywania problemów i komunikacji we wspierającym środowisku, od negocjowania umów finansowania po radzenie sobie z trudnymi sytuacjami networkingowymi. Jest to praktyczne podejście do budowania pewności siebie i poznawania przydatnych technik pokonywania typowych przeszkód napotykanych przez przedsiębiorczynie.

Ćwiczenie 3: Forum dyskusyjne

Stwórz forum dyskusyjne, na którym uczestnicy będą mogli zamieszczać osobiste przemyślenia, zdjęcia lub filmy dotyczące równości płci w przedsiębiorczości. Zachęć ich do odpowiadania na posty innych osób i uczestniczenia w dyskusjach.

Kurs edukacyjny WOMENIN



Moduł 3

**Wzmocnienie i rozwój umiejętności
cyfrowych w zakresie przedsiębiorczości**

Moduł 3: Wzmocnienie i rozwój umiejętności cyfrowych w zakresie przedsiębiorczości

Wstęp

W dobie szybko ewoluującego krajobrazu cyfrowego, umiejętne wykorzystanie cyfryzacji stało się kluczowe dla sukcesu i zrównoważonego rozwoju firm z różnych branż. Jednak będąc świadkami tej cyfrowej rewolucji, nie możemy zapominać jak istotne jest rozpoznanie i sprostanie unikalnym wyzwaniom przed jakimi stoją przedsiębiorczynie. Pomimo znacznych postępów poczynionych na polu przedsiębiorczości, kobiety nadal napotykają bariery w dostępie do zasobów cyfrowych i skutecznym wykorzystywaniu ich do rozwoju biznesu. Dlatego też wzmocnienie pozycji przedsiębiorczych kobiet poprzez implementację ukierunkowanych strategii cyfryzacji jest nie tylko kwestią inkluzywności, ale także kluczowym krokiem w kierunku pełnego uwolnienia ich potencjału i stymulowania wzrostu gospodarczego.

Cele edukacyjne

Głównym celem tego modułu jest wyposażenie trenerów zawodowych w niezbędną wiedzę i umiejętności potrzebne do wspierania przedsiębiorczyń w zarządzaniu zasobami i skutecznym opracowywaniu planów strategicznych przy użyciu narzędzi cyfrowych. Po jego ukończeniu trenerzy będą mogli biegle wykorzystywać zasoby cyfrowe w celu zwiększenia szans odniesienia sukcesu przez firmy prowadzone przez kobiety. Moduł ten zapewnia kompleksowe szkolenie w zakresie kluczowych aspektów korzystania z narzędzi cyfrowych, w tym tworzenia strategii działania w mediach społecznościowych, kreowania treści cyfrowych, analizy opinii klientów, zapewniania cyberbezpieczeństwa, stosowania technik optymalizacji pod kątem wyszukiwarek internetowych (SEO), prowadzenia marketingu treści i stosowania umiejętności komunikacji online.

Treść dydaktyczna

Rozdział 1: Istotność cyfryzacji

Cyfryzacja umożliwia przedsiębiorczynom zwiększenie zasięgu rynkowego, dotarcie do określonych grup klientów, poprawę wydajności operacyjnej i utrzymanie konkurencyjności w szybko zmieniającym się krajobrazie biznesowym. Wykorzystując platformy cyfrowe, narzędzia i strategie, kobiety przedsiębiorcze mogą zwiększyć swoje możliwości biznesowe i sięgnąć po nowe możliwości.

Ponadto globalny wpływ pandemii COVID-19 dotknął firmy na całym świecie. Aby sprostać wyzwaniom związanym z pandemią, przedsiębiorstwa zaczęły coraz częściej sięgać po cyfryzację jako środek adaptacji i zapewnienia trwałości. Zmiana ta przejawia się we wdrażaniu rozwiązań pracy zdalnej, wykorzystywaniu internetowych platform sprzedaży i implementacji taktyk marketingu cyfrowego.

Rozdział 2: W jaki sposób cyfryzacja może przynieść korzyści Twojej firmie?

Cyfryzacja to proces integracji technologii cyfrowych w celu przekształcenia modeli biznesowych i stworzenia nowych możliwości generowania przychodów i wartości. Wiąże się to z przejściem na cyfrowe podejście biznesowe. Wdrożenie rozwiązań cyfrowych może przynieść znaczące korzyści dla wszystkich firm, również tych prowadzonych przez kobiety. Wykorzystując potencjał technologii cyfrowych i Internetu, przedsiębiorczynie mogą poprawić m.in. swoje możliwości dostępu do usług finansowych. Co więcej, wykorzystanie narzędzi cyfrowych może pomóc kobietom poradzić sobie z lukami w umiejętnościach i wiedzy. Wprowadzenie tematyki technologii cyfrowych do programów szkoleniowych mających na celu wspieranie przedsiębiorczości kobiet i rozwój umiejętności technicznych ułatwia dostęp do programów edukacyjnych, umożliwiając kobietom udział w szkoleniach stacjonarnych, które w innym przypadku byłyby dla nich niedostępne. Ponadto internetowe programy wsparcia są odpowiedzią na wyzwania logistyczne, przed którymi stoją kobiety, zapewniając możliwości szkolenia na odległość. Co więcej, osiągnięcia takie jak Internet Rzeczy (IoT) umożliwiają drobnym przedsiębiorczynom uczestnictwo w rynkach międzynarodowych, promując zacieśnienie współpracy między dostawcami, nabywcami i sprzedawcami poprzez innowacyjne rozwiązania logistyczne. Ta integracja technologii z procesami biznesowymi zwiększa potencjał internacjonalizacji i ekspansji firmy. W szczególności korzystanie z mediów społecznościowych i platform internetowych może przynieść korzyści przedsiębiorstwom, niezależnie od płci osób zarządzających nimi. Integracja technologii cyfrowej może stymulować wprowadzanie innowacyjnych produktów lub usług i powiększać bazę klientów firmy. W miarę upowszechniania się tych technologii, coraz więcej kobiet może wykorzystywać je do przełamywania barier w zakładaniu i rozwijaniu swoich przedsięwzięć. Technologia służy jako narzędzie do minimalizowania negatywnych skutków wyzwań będących wynikiem norm społecznych poprzez ułatwianie komunikacji i interakcji. Ułatwia dostęp kobiet do informacji rynkowych i umożliwia płynną komunikację w różnych segmentach ich przedsiębiorstw, pozwalając na możliwość pracy w elastycznych godzinach i pracy zdalnej.

Rozdział 3: Budowanie marki online

Definiowany jako "technika zarządzania marką, która wykorzystuje Internet jako medium do pozycjonowania marki na rynku i zwiększania jej przewagi konkurencyjnej" (Bhasin, 2021) branding

online to proces ustanawiania i promowania tożsamości i reputacji firmy za pośrednictwem kanałów cyfrowych. Obejmuje różne strategie, w tym marketing w mediach społecznościowych, tworzenie treści i angażowanie społeczności internetowych. Jedną z istotnych korzyści brandingu online dla firm i startupów jest jego dostępność i przystępność cenowa, zwłaszcza przy wykorzystaniu platform społecznościowych, które oferują bezpłatne rozwiązania marketingowe. Ponadto budowanie marki online może wywrzeć znaczący pozytywny wpływ na działania przedsiębiorstwa, pozwalając dotrzeć do szerokiego grona odbiorców i zwiększając rozpoznawalność marki. Dla zainteresowanych dostępne są również płatne usługi marketingowe dodatkowo poprawiające widoczność i zasięg. Co więcej, branding online zwiększa współczynnik zaangażowania i interakcji z klientami, wspierając budowanie silniejszych relacji i lojalności. Ponadto, integracja technologii sztucznej inteligencji i chatbotów w strategiach brandingu online usprawnia interakcje z klientami, zapewniając spersonalizowane doświadczenia i poprawiając ich efektywność. Podsumowując, skuteczny budowanie marki online jest niezbędne dla przedsiębiorstw i startupów, aby ustanowić silną obecność cyfrową, nawiązać kontakt z docelowymi odbiorcami i stymulować wzrost.



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

Rozdział 4: Narzędzia cyfrowe

W sferze brandingu cyfrowego rozmaite narzędzia i platformy umożliwiają przedsiębiorcom tworzenie przekonujących wizerunków online. Platformy mediów społecznościowych, takie jak Facebook,

Instagram i X (Twitter) oferują szereg możliwości tworzenia angażujących treści poprzez publikowanie postów, relacji i transmisji na żywo. Blogi zapewniają platformę do opowiadania obszernych historii i dzielenia się cennymi spostrzeżeniami, zwiększając autorytet i wiarygodność marki. Podcasty pozwalają przedsiębiorstwom na nawiązanie bliższego kontaktu z odbiorcami poprzez udostępnianie treści audio, budując reputację i zaufanie. Również infografiki są potężnymi narzędziami wizualnymi umożliwiającymi prezentowanie złożonych informacji w przystępnym formacie, zwiększając zaangażowanie odbiorców i zatrzymując ich na dłużej. Elementy interaktywne, takie jak quizy i ankiety na platformach społecznościowych lub dedykowanych stronach internetowych, umożliwiają przedsiębiorstwom gromadzenie cennych informacji zwrotnych i spostrzeżeń przy jednoczesnym pobudzaniu interakcji z odbiorcami. Warto również podkreślić, że newslettery stanowią skuteczny kanał komunikacji, umożliwiający dzielenie się nowościami, promocjami i ekskluzywnymi treściami bezpośrednio z odbiorcami, budując trwałe relacje i zwiększając lojalność klientów. Wykorzystując te narzędzia cyfrowe w sposób strategiczny, firmy mogą skutecznie kształtować swoją obecność w Internecie i wzmacniać tożsamość marki. Oto kilka przykładów narzędzi cyfrowych do tworzenia treści różnych kategorii:

- **Hootsuite:** Kompleksowa platforma zarządzania mediami społecznościowymi, umożliwiająca planowanie postów, monitorowanie poziomu zaangażowania i analizowanie efektywności w wielu kanałach mediów społecznościowych.
- **Buffer:** Intuicyjne narzędzie do planowania i analizowania postów w mediach społecznościowych, oferujące takie funkcje jak dobieranie treści, analityka i współpraca zespołowa.
- **Dokumenty Google:** Oparty na przetwarzaniu w chmurze edytor dokumentów, który umożliwia współpracę w czasie rzeczywistym, udostępnianie dokumentów i kontrolę wersji.
- **Microsoft Office Online:** Internetowa wersja narzędzi pakietu biurowego Microsoft Office, takich jak Word, Excel i PowerPoint, ułatwiająca wspólną edycję i udostępnianie dokumentów.
- **Canva:** Łatwa w użyciu platforma do projektowania graficznego z ogromną biblioteką szablonów, zdjęć stockowych i elementów graficznych pozwalająca na tworzenie atrakcyjnych wizualnie projektów graficznych, prezentacji i postów w mediach społecznościowych.
- **Adobe Photoshop Express:** Uproszczona wersja programu Adobe Photoshop, oferująca podstawowe narzędzia do edycji zdjęć, takie jak kadrowanie, zmiana rozmiaru, nakładanie filtrów i wprowadzanie podstawowych poprawek.

- **Trello:** Elastyczne narzędzie do zarządzania projektami oparte na metodologii Kanban, umożliwiające zespołom łatwą organizację zadań, współpracę i śledzenie postępów za pomocą konfigurowalnych tablic i kart.
- **Asana:** Wszechstronna platforma do zarządzania projektami z funkcjami przydzielania zadań, śledzenia wyznaczonych terminów, komunikacji zespołowej i wizualizacji postępu projektów za pomocą osi czasu i kalendarzy.

Dzięki efektywnemu wykorzystaniu tych narzędzi cyfrowych, przedsiębiorstwa mogą usprawnić swoje procesy tworzenia treści, poprawić współpracę i usprawnić działania związane z budowaniem marki online.

Rozdział 5: Tworzenie treści

Tworzenie treści cyfrowych stwarza bezcenne możliwości dla startupów prowadzonych przez kobiety, pozwalające zbudować silną obecność w Internecie, nawiązać kontakt z grupą docelową i skutecznie promować swoją markę. Rozumiejąc swoich odbiorców i tworząc potencjalnie interesującą ich treść, przedsiębiorczynie mogą dostosować swój przekaz tak, aby mocniej oddziaływał na docelową grupę demograficzną, sprzyjając tym samym ich większemu zaangażowaniu i lojalności. W celu maksymalizacji wydajności i efektywności w zakresie tworzenia treści niezbędne jest zastosowanie połączenia możliwości oferowanych przez narzędzia techniczne i cyfrowe, przy jednoczesnym upewnieniu się, że treść pozostaje łatwa w odbiorze, przejrzysta i dostępna dla wszystkich. Przestrzeganie licencji Creative Commons nie tylko świadczy o przestrzeganiu etycznych praktyk w zakresie tworzenia treści, ale także zachęca do współpracy i zaangażowania społeczności. Ponadto integracja kluczowych wskaźników wydajności (KPI) ze strategią generowania treści umożliwia startupom śledzenie i ocenę skuteczności ich wysiłków, zapewniając zgodność z celami biznesowymi. Aby tworzyć atrakcyjne materiały, przedsiębiorczynie powinny skupić się na utrzymaniu ich spójności ze swoją marką i wartościami, jednocześnie stawiając na prostotę, przejrzystość, dostępność i bezpośrednie dopasowanie do potrzeb i zainteresowań grupy docelowej. Przestrzegając tych zasad, startupy prowadzone przez kobiety mogą skutecznie wykorzystać potencjał treści cyfrowych do budowania świadomości marki, zaangażowania i ostatecznie osiągnięcia sukcesu biznesowego.

Rozdział 6: Ocena klienta

Korzystanie z opinii klientów może być skuteczną strategią poprawy wydajności i reputacji firmy. Aby skutecznie spożytkować te cenne informacje zwrotne, ważne jest, aby zgromadzić wszystkie otrzymane

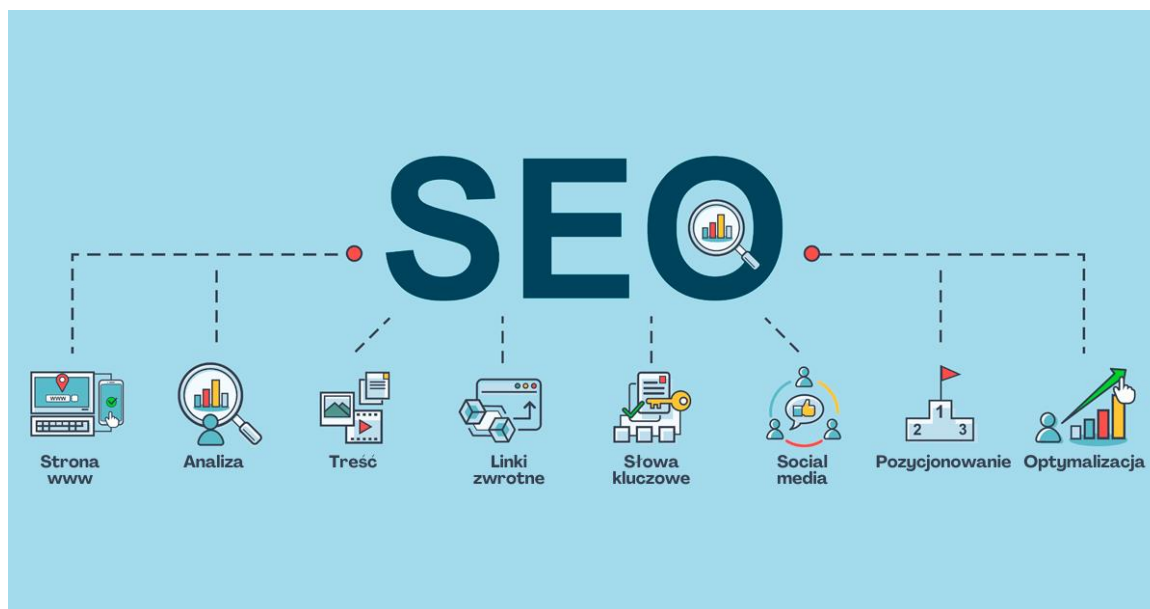
dane w jednej scentralizowanej bazie, pozyskując opinie z różnych źródeł, takich jak strony z recenzjami i platformy mediów społecznościowych.

Po zebraniu danych należy je wstępnie "oczyścić", usuwając wszelkie nieistotne lub niepotrzebne informacje, aby zapewnić dokładność analizy. Kategoryzacja opinii na pozytywne, negatywne i neutralne pozwala na skuteczniejszą organizację i identyfikację wzorców lub trendów. Analiza neutralnych i negatywnych opinii zapewnia wgląd w podstawowe przyczyny niezadowolenia klientów, umożliwiając podjęcie strategicznych działań w celu rozwiązania problemów i podniesienia jakości doświadczenia klienta. Planowanie przyszłych działań w oparciu o otrzymane opinie zapewnia proaktywne podejście do rozwiązywania problemów klientów i optymalizacji procesów biznesowych. Ważne jest, aby cały zespół dobrze znał wyniki analizy i współpracował przy wdrażaniu rozwiązań. Inwestycja w zautomatyzowane rozwiązania do analizy danych, takie jak HubSpot, Integrate.io, Zoho Analytics lub Adverity, może usprawnić ten proces i przyspieszyć podejmowanie decyzji, ostatecznie przyczyniając się do nieustannego rozwoju i wzrostu zadowolenia klientów.

Rozdział 7: Optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (SEO)

Optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (SEO) to podstawowa strategia poprawy widoczności przedsiębiorstwa w Internecie i kierowania organicznego ruchu na jego stronę internetową. U podstaw SEO leżą trzy kluczowe czynniki: trafność, autorytet i objętość. Trafność odnosi się do dostosowania treści witryny do potrzeb wyszukiwania użytkowników, zapewniając, że dostarczone informacje spełniają ich oczekiwania i są zgodne z ich zainteresowaniami. Autorytet ustalany jest na podstawie wiarygodnych źródeł zawierających bogate treści, sygnały społecznościowe i odnośniki zwrotne, sygnalizujące ich rzetelność i wiarygodność algorytmom wyszukiwarek. Wolumen odnosi się do miesięcznego natężenia wyszukiwania generującego ruch na stronie internetowej, podkreślając potencjalny zasięg i oddziaływanie zoptymalizowanych treści. Aby skutecznie wykorzystać zasady SEO, przedsiębiorstwa mogą zacząć od przeprowadzenia burzy mózgów na temat słów kluczowych i terminów związanych z ich branżą i grupą docelową. Analiza słów kluczowych używanych przez konkurencję zapewnia wgląd w popularne tematy i obszary warte optymalizacji. Utworzenie listy odpowiednich tematów i zbadanie oczekiwań użytkowników dodatkowo wspiera strategię tworzenia treści. Wykorzystanie narzędzi analizy słów kluczowych, takich jak Google Keyword Planner, Moz, Ahrefs i SEMrush, pomaga zidentyfikować skuteczne słowa kluczowe i odpowiednio zoptymalizować treść. Strategiczne wykorzystywanie słów kluczowych i upewnianie się, że treść odpowiada intencjom wyszukiwania docelowych słów kluczowych, ma zasadnicze znaczenie dla sukcesu SEO. Korzystanie z narzędzi takich jak On-Page SEO Checker (SEMrush) pomaga w optymalizacji struktury treści,

metatagów i innych elementów na stronie. Podsumowując, tworząc unikalne, zoptymalizowane i wysokiej jakości treści, przedsiębiorstwa mogą wzbogacić swoją obecność w Internecie, przyciągnąć więcej ruchu organicznego i ostatecznie stymulować rozwój firmy dzięki skutecznym strategiom SEO.



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

Rozdział 8: Cyberbezpieczeństwo

Cyberbezpieczeństwo odnosi się do szeregu praktyk i technologii mających na celu ochronę systemów cyfrowych, sieci i danych przed atakami cybernetycznymi. W dzisiejszym połączonym świecie, w którym działalność firm w dużym stopniu opiera się na infrastrukturze cyfrowej, cyberbezpieczeństwo odgrywa kluczową rolę w ochronie poufnych danych, utrzymaniu ciągłości biznesowej i zachowaniu zaufania klientów. Przedsiębiorstwa muszą traktować cyberbezpieczeństwo priorytetowo, aby ograniczyć ryzyko stwarzane przez ewentualne cyberataki, które mogą prowadzić do wycieków danych, strat finansowych i utraty reputacji.

Warstwy cyberbezpieczeństwa obejmują bezpieczeństwo infrastruktury krytycznej, zapewniając ochronę krajowych ram bezpieczeństwa, zdrowia gospodarczego i bezpieczeństwa publicznego. Bezpieczeństwo sieci dotyczy zarówno sieci przewodowych, jak i Wi-Fi, chroniąc przed nieautoryzowanym dostępem i wyciekami danych. Bezpieczeństwo aplikacji koncentruje się na zabezpieczaniu procesów aplikacji, takich jak uwierzytelnianie użytkowników. Bezpieczeństwo rozwiązań w chmurze obejmuje szyfrowanie danych i konfigurację środowisk chmury w celu

zapobiegania nieautoryzowanemu dostępowi. Bezpieczeństwo informacji, np. zgodność z przepisami takimi jak RODO, zapewnia ochronę danych wrażliwych. Edukacja użytkowników końcowych jest niezbędna do budowania świadomości zagrożeń i promowania najlepszych praktyk wśród pracowników. Zapobieganie ryzyku i zarządzanie nim obejmuje wdrażanie środków reagowania w celu zminimalizowania utrudnień i zapewnienia ciągłości działania przedsiębiorstwa w przypadku incydentu cybernetycznego. Bezpieczeństwo pamięci masowej koncentruje się na zabezpieczeniu danych przed utratą lub uszkodzeniem. Wreszcie, bezpieczeństwo urządzeń mobilnych obejmuje wdrażanie środków bezpieczeństwa w celu zapobiegania nieautoryzowanemu dostępowi, instalowania złośliwego oprogramowania, kradzieży i innym zagrożeniom dla urządzeń mobilnych używanych w organizacji. Dbając o wysoki poziom zabezpieczeń tych warstw cyberbezpieczeństwa, przedsiębiorstwa mogą wzmocnić swoją odporność na cyberzagrożenia i skutecznie chronić swoje zasoby cyfrowe.

Malware, skrót od malicious software, odnosi się do dowolnego oprogramowania zaprojektowanego specjalnie w celu zakłócania działania, wyrządzania szkód lub uzyskiwania nieautoryzowanego dostępu do systemów lub sieci komputerowych. Phishing to z kolei rodzaj cyberataku, w którym atakujący podszywają się pod wiarygodne podmioty w celu nakłonienia użytkowników do podania poufnych informacji, takich jak hasła, dane kart kredytowych lub dane osobowe. Zapobieganie cyberatakowi wykorzystującym złośliwe oprogramowanie i phishing wymaga kompleksowego podejścia. Zastosowanie skutecznego oprogramowania antywirusowego chroniącego przed antymalware pomaga wykrywać i usuwać złośliwe oprogramowanie z systemów. Regularne aktualizowanie systemów operacyjnych, aplikacji i instalacja poprawek bezpieczeństwa pomaga ograniczyć luki w zabezpieczeniach, które mogą wykorzystać cyberprzestępcy. Implementacja mechanizmów filtrowania wiadomości e-mail i wykrywania spamu pomaga identyfikować i blokować próby phishingu, zanim dotrą one do skrzynek pocztowych użytkowników. Ponadto niezbędne jest edukowanie pracowników na temat sygnałów ataków phishingowych i istotności przestrzegania zasad cyberbezpieczeństwa, takich jak unikanie klikania w podejrzane linki lub pobierania załączników z nieznanych źródeł. Łącząc rozwiązania techniczne ze zwiększaniem świadomości użytkowników i stosowaniem proaktywnych środków bezpieczeństwa, przedsiębiorstwa mogą znacznie zmniejszyć ryzyko padnięcia ofiarą złośliwego oprogramowania i ataków phishingowych.

Ćwiczenia edukacyjne

Ćwiczenie 1. Branding online: Tworzenie strategii działań w mediach społecznościowych

Wybierz jedną platformę mediów społecznościowych (np. Instagram, X) i opracuj kompleksową strategię promocji swojego przedsiębiorstwa. Zdefiniuj grupę docelową, tematy treści, harmonogram publikowania i taktyki pozyskiwania odbiorców. Wykorzystaj zasady prostoty, przejrzystości, dostępności, trafności i brandingu, aby odpowiednio pokierować swoją strategią.

Ćwiczenie 2. Stosowanie opinii klientów: Przeprowadzenie analizy recenzji

Zgromadź opinie klientów z wielu źródeł (np. swojej strony internetowej, mediów społecznościowych, witryn z recenzjami) i skompiluj je w jednym dokumencie. Oczyść dane, usuwając wszelkie nieistotne lub zdublikowane recenzje. Podziel opinie na pozytywne, negatywne i neutralne. Przeanalizuj je, aby zidentyfikować typowe tematy lub obszary wymagające poprawy. Opracuj plan działania oparty na tej analizie, aby rozwiązać wszelkie problemy zgłoszone przez klientów.

Ćwiczenie 3. Optymalizacja pod kątem wyszukiwarek (SEO): Analiza słów kluczowych i tworzenie treści

Wybierz temat istotny dla Twojego przedsiębiorstwa i przeprowadź badanie słów kluczowych za pomocą narzędzi takich jak Google Keyword Planner lub SEMrush. Zidentyfikuj popularne słowa kluczowe związane z tematem i umieść je strategicznie w treści (np. wpisie na blogu lub stronie internetowej). Zoptymalizuj strukturę treści, nagłówki, metatagi i obrazy pod kątem SEO. Monitoruj skuteczność treści w czasie za pomocą narzędzi analitycznych.

Ćwiczenie 4. Cyberbezpieczeństwo: Ocena ryzyka cyberbezpieczeństwa

Przeprowadź ocenę zagrożeń cybernetycznych dla swojego przedsiębiorstwa. Zidentyfikuj potencjalne ryzyka i luki w różnych warstwach zabezpieczeń cybernetycznych, takich jak bezpieczeństwo sieci, bezpieczeństwo aplikacji i bezpieczeństwo informacji. Oceń prawdopodobieństwo wystąpienia i potencjalny wpływ każdego zagrożenia. Opracuj plan zarządzania ryzykiem, który określa środki zapobiegawcze, strategie reagowania i plany awaryjne. Wdrażaj mechanizmy kontroli bezpieczeństwa oraz regularnie weryfikuj i aktualizuj zasady i procedury dotyczące cyberbezpieczeństwa.

Kurs edukacyjny WOMENIN



Moduł 4

**Internacjonalizacja firm prowadzonych
przez kobiety**

Moduł 4: Internacjonalizacja firm prowadzonych przez kobiety

Wstęp

Internacjonalizacja jest obecnie głównym motorem rozwoju i czynnikiem sukcesu firm prowadzonych przez kobiety, zwłaszcza w Unii Europejskiej. Ponadto w ostatnich latach obserwuje się wzrost świadomości roli, jaką kobiety przedsiębiorcze odgrywają w napędzaniu wzrostu gospodarczego i wdrażaniu innowacji. Jednak pomimo ich znaczącego wkładu, przedsiębiorstwa zarządzane przez kobiety nadal napotykają liczne bariery w sferze internacjonalizacji. Zrozumienie i pokonanie tych barier jest kluczowym czynnikiem budowania bardziej inkluzywnego i pozytywnego krajobrazu przedsiębiorczości w UE.

W tym module zajmiemy się analizą istotności ekspansji przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety poza granice kraju początkowego, badając zarówno możliwości, jak i wyzwania związane z tym procesem. Wyposażając trenerów zawodowych w wiedzę i narzędzia umożliwiające wspieranie firm prowadzonych przez kobiety w ich wysiłkach na rzecz internacjonalizacji, możemy przyczynić się do budowania europejskiej ekosystemu przedsiębiorczości przyjaznego dla każdej płci i konkurencyjnego na szczeblu globalnym.

Cele edukacyjne

Konkretnym celem tego modułu jest wyposażenie trenerów zawodowych w wiedzę i umiejętności niezbędne do skutecznego wspierania internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety. Trenerzy uzyskają wgląd w unikalne wyzwania, przed którymi stoją przedsiębiorczynie w procesie globalnej ekspansji swoich firm, poznają skuteczne strategie przezwyciężania tych przeszkód i rozwiną umiejętność zapewniania doradztwa i mentoringu dostosowanego do potrzeb uczestników podczas całego procesu internacjonalizacji. Poprzez wspieranie inkluzywnego podejścia promującego równość płci i globalny sposób myślenia, trenerzy będą mieli możliwość przyczynienia się do sukcesu firm prowadzonych przez kobiety w Unii Europejskiej i poza nią.

Treść dydaktyczna

Rozdział 1: Internacjonalizacja firm prowadzonych przez kobiety

Internacjonalizacja firm to proces, w ramach którego przedsiębiorstwo rozszerza swoją działalność poza granice kraju, szukając dostępu do nowych rynków i możliwości na arenie globalnej (Study Smarter, 2019). Strategia ta może przybierać różne formy, od eksportu produktów i usług po otwieranie spółek zależnych lub nawiązywanie strategicznych sojuszy na rynkach zagranicznych.

Dla przedsiębiorstw pod przewodnictwem kobiet internacjonalizacja stanowi wyjątkową okazję do pobudzenia ich wzrostu i zwiększenia konkurencyjności w kontekście globalnym. Firmy te często napotykają dodatkowe wyzwania na swoich lokalnych rynkach, takie jak dyskryminacja płciowa, ograniczony dostęp do finansowania i posiadanie niewielkich sieci kontaktów. Internacjonalizacja może zapewnić im dostęp do nowych zasobów, większych rynków i skuteczniejszej dywersyfikacji ryzyka (Ilia, 2021).

Do kluczowych korzyści płynących dla przedsiębiorczyń z internacjonalizacji należy zaliczyć rozszerzenie zakresu ich działalności, poprawę widoczności i rozpoznawalności na poziomie międzynarodowym, możliwość dostępu do nowych źródeł finansowania i kapitału, a także nabywanie nowych umiejętności i wiedzy w zróżnicowanych środowiskach kulturowych.

Do głównych zalet umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa należą:

- Wykorzystanie całości lub dużej części mocy produkcyjnych. Na przykład w przypadku produktów sezonowych, internacjonalizacja umożliwia sprzedaż produktu poza sezonem w innych krajach o odmiennym klimacie.
- Dostęp do szerszego rynku. Pozwala to na wydłużenie cyklu życia produktu, ponieważ podczas gdy na niektórych rynkach produkt może być w fazie dojrzałości lub zanikania, na innych może być w fazie wprowadzania lub wzrostu. Czasami pozwala to osiągnąć korzyści skalowania, oszczędności kosztów lub korzyści negocjacyjne.
- Poprawa wizerunku (wewnętrznego i zewnętrznego) firmy. Z marketingowego punktu widzenia obecność w kilku krajach umacnia wizerunek firmy zarówno wśród klientów krajowych, jak i międzynarodowych.
- Dywersyfikacja ryzyka.
- Możliwość ciągłego uczenia się.

Rozdział 2: Analiza kontekstu internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety

Wkroczenie na nowy rynek może wydawać się prostym zadaniem, istnieje jednak kilka aspektów, które należy zbadać i ocenić, aby móc podjąć właściwą decyzję i skutecznie przeprowadzić internacjonalizację przedsiębiorstwa. W tej sekcji zagłębimy się w proces analizy kontekstu internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety, zapewniając trenerom niezbędne narzędzia pozwalające właściwie zrozumieć i ocenić możliwości i wyzwania związane z funkcjonowaniem na rynkach globalnych.

Aby móc rozpocząć ten proces, konieczne jest zrozumienie globalnych i regionalnych trendów, które mają wpływ na internacjonalizację firm prowadzonych przez kobiety. Obejmuje to analizę czynników demograficznych, ekonomicznych, rynkowych itp. w celu zidentyfikowania obszarów potencjalnego rozwoju i zapotrzebowania na produkty i usługi.

Dla trenerów zawodowych kluczową kwestią jest poznanie metody dokonywania gruntownej analizy środowiska międzynarodowego, w którym operować będą te przedsiębiorstwa, ponieważ zapewni to solidne podłoże dla wsparcia uczestników szkolenia w procesie internacjonalizacji ich firm. Wyposażając trenerów w podejście edukacyjne do analizy kontekstu internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety, zwiększamy ich zdolność do prowadzenia uczennic w procesie internacjonalizacji ich przedsiębiorstw, promując w ten sposób większą różnorodność i równość w środowisku międzynarodowym. Poniżej przedstawiono podejście edukacyjne do przeprowadzenia tej analizy:

- **Identyfikacja istotnych trendów rynkowych:** Ważne jest, aby rozpocząć od poznania i przeanalizowania aktualnych trendów panujących na rynkach międzynarodowych, które są istotne dla sektora, w którym operuje dane przedsiębiorstwo. Proces ten może obejmować badanie popytu na określone produkty lub usługi, analizę wskaźników wzrostu gospodarczego w poszczególnych regionach i kształtujących się trendów konsumenckich (Badania rynku i analiza konkurencji, 2024). Trener powinien zachęcać do aktywnych badań i krytycznej analizy wiarygodnych źródeł informacji, takich jak raporty rynkowe i badania sektorowe.
- **Ocena czynników PESTEL (politycznych, ekonomicznych, społecznych, technologicznych, środowiskowych i prawnych):** Ważne jest, aby pomóc uczestnikom zrozumieć, w jaki sposób te czynniki, takie jak polityka handlowa, przepisy międzynarodowe i wahania kursów walut, mogą wpływać na rentowność internacjonalizacji firmy. Trenerzy zawodowi powinni zachęcać do dyskusji na temat tego, w jaki sposób czynniki te mogą stwarzać szanse lub stanowić wyzwania dla przedsiębiorczyń oraz w jaki sposób można ograniczyć związane z nimi ryzyko.

- **Analiza konkurencji i popytu rynkowego:** Istotne jest również zachęcanie uczestników do poznawania i analizowania międzynarodowych konkurentów w konkretnym sektorze docelowym. Oznacza to ocenę pozycji konkurencyjnej istniejących firm, identyfikację potencjalnych nisz rynkowych oraz zrozumienie preferencji i potrzeb klientów na rynkach międzynarodowych.
- **Ocena barier i szans dla przedsiębiorczyń:** Ważne jest, aby poprowadzić uczestników do zidentyfikowania konkretnych barier napotykanych przez przedsiębiorczynie w procesie internacjonalizacji, takich jak ograniczony dostęp do finansowania lub brak sieci wsparcia biznesowego. Trenerzy mogą zachęcać do refleksji nad tym, w jaki sposób bariery te można pokonać poprzez wdrożenie strategii integracyjnych i wykorzystanie konkretnych szans dla przedsiębiorczyń na rynkach międzynarodowych.

Rozdział 3: Specyficzne wyzwania związane z internacjonalizacją firm prowadzonych przez kobiety

Identyfikując szczególne wyzwania związane z internacjonalizacją firm prowadzonych przez kobiety, kluczowe znaczenie ma dostrzeżenie różnorodności przeszkód, z jakimi borykają się przedsiębiorczynie, rozszerzając swoją działalność na skalę globalną. Jedną z głównych barier, którą niezmiennie obserwujemy, są trudności w dostępie do finansowania transgranicznego. Przeszkoda ta nie tylko ogranicza rozwój przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety, ale także pogłębia nierówności płci w dostępie do kapitału - problem, który trenerzy zawodowi muszą proaktywnie rozwiązać poprzez swoje szkolenia.

Ponadto należy wziąć pod uwagę wyzwania kulturowe i językowe, które mogą pojawić się w procesie internacjonalizacji firmy pod kierownictwem kobiety. Przedsiębiorczynie te mogą napotkać różnice kulturowe na rynkach docelowych, które wymagają głębokiego zrozumienia i strategicznej adaptacji. Dlatego też trenerzy powinni zapewnić tym przedsiębiorczym kobietom narzędzia i wyposażać je w umiejętność skutecznego radzenia sobie z tymi różnicami i promować kompetencje międzykulturowe jako integralną część ich szkoleń.

Innym specyficznym wyzwaniem jest dostosowanie się do przepisów handlowych i prawnych obowiązujących na rynkach międzynarodowych. Przedsiębiorstwa prowadzone przez kobiety mogą napotykać bariery regulacyjne, które znacznie różnią się w zależności od kraju, utrudniając globalną ekspansję. Dlatego też trenerzy muszą umożliwić przedsiębiorczyniom zrozumienie i wspierać w

przestrzeganiu wymogów prawnych i regulacyjnych w różnych kontekstach międzynarodowych, zapewniając im wiedzę i pewność siebie niezbędne do skutecznego stawienia czoła tym wyzwaniom.

Co więcej, trudności w dostępie do globalnych sieci kontaktów i partnerów biznesowych stanowią kolejną poważną przeszkodę w internacjonalizacji przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety. Często przedsiębiorczynie te doświadczają zjawiska wykluczenia lub pewnych restrykcji w sieciach biznesowych zdominowanych przez mężczyzn, co może ograniczać ich zdolność do nawiązywania silnych międzynarodowych relacji biznesowych. Dlatego też trenerzy zawodowi powinni wspierać te kobiety w budowaniu trwałych sieci i negocjowaniu strategicznych sojuszy na poziomie globalnym, zachęcając je w ten sposób do aktywnego i równego uczestnictwa w rynku międzynarodowym.

Rozdział 4: Efektywne strategie internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety

Aby z powodzeniem przeprowadzić proces internacjonalizacji firmy pod przewodnictwem kobiet, niezbędne jest opracowanie skutecznych strategii, które pozwolą sprostać konkretnym wyzwaniom stojącym przed tymi przedsiębiorstwami na rynkach globalnych. Poniżej przedstawiono niektóre z tych strategii, które trenerzy zawodowi mogą przekazać swoim uczennicom, aby pomóc im w tym procesie:

- **Kompleksowa analiza rynku:** Proces internacjonalizacji należy rozpocząć od szczegółowego badania rynku docelowego. Trenerzy powinni edukować przedsiębiorczynie w zakresie analizowania trendów rynkowych, identyfikowania konkurencji i rozumienia preferencji konsumentów w kraju lub regionie docelowym (Badania rynku i analiza konkurencji, 2024).
- **Budowanie sojuszy strategicznych:** Ważne jest, aby zachęcać do tworzenia strategicznych sojuszy z lokalnymi partnerami na rynkach międzynarodowych, ponieważ mogą one ułatwić proces wejścia i adaptacji do nowego środowiska biznesowego. Trenerzy powinni uczyć przedsiębiorczynie rozpoznawania lokalnych partnerów biznesowych i budowania z nimi silnych relacji, które mogą zapewnić kluczową wiedzę i zasoby.
- **Adaptacja produktu lub usługi:** Niezbędne jest dostosowanie oferowanego produktu lub usługi do potrzeb i preferencji rynku docelowego. Trenerzy zawodowi muszą kształcić kobiety przedsiębiorcze w zakresie dostosowywania oferty ich przedsiębiorstw pod kątem różnic kulturowych, regulacyjnych i popytu na rynku międzynarodowym.
- **Wykorzystanie technologii i platform cyfrowych:** W obecnej erze cyfrowej wykorzystanie technologii i platform cyfrowych może być potężnym narzędziem ekspansji międzynarodowej.

Trenerzy powinni uczyć przedsiębiorczynie korzystania z narzędzi cyfrowych do promocji, dystrybucji i zarządzania swoimi produktami lub usługami na rynkach globalnych.

- **Dostęp do międzynarodowego finansowania:** Uzyskanie finansowania na potrzeby ekspansji międzynarodowej może być wyzwaniem dla początkujących przedsiębiorczyń. Trenerzy powinni informować uczestników szkoleń o różnych opcjach finansowania dostępnych na poziomie międzynarodowym, w tym o funduszach inwestycyjnych, międzynarodowych pożyczkach biznesowych i specjalnych programach wsparcia finansowego dla kobiet przedsiębiorczych.
- **Zarządzanie ryzykiem i zapewnienie zgodności z przepisami:** Trenerzy powinni podnosić świadomość przedsiębiorczyń na temat ryzyka związanego z internacjonalizacją, takiego jak ryzyko finansowe, prawne i operacyjne. Wzmocnienie pozycji przedsiębiorczych kobiet w zakresie zarządzania ryzykiem i zgodności z przepisami na rynkach międzynarodowych pomoże im uniknąć przeszkód i zapewni długoterminowy sukces ich firm za granicą.
- **Budowanie globalnej sieci kontaktów:** Wspieranie tworzenia silnej i zróżnicowanej sieci kontaktów na poziomie międzynarodowym może zapewnić przedsiębiorczyniom dostęp do zasobów, możliwości współpracy i bezcennego wsparcia. Trenerzy muszą zachęcać przedsiębiorczynie do uczestnictwa w wydarzeniach networkingowych, targach i platformach internetowych w celu poszerzenia swojej sieci kontaktów na całym świecie.

Rozdział 5: Adaptacja kulturowa i kompetencje globalne

Aby osiągnąć cele tego kursu edukacyjnego i zapewnić trenerom zawodowym niezbędne narzędzia do wspierania internacjonalizacji firm prowadzonych przez kobiety, konieczne jest odniesienie się do zagadnienia adaptacji kulturowej i kompetencji globalnych jako kluczowych aspektów tego procesu. Niniejsza sekcja analizuje istotność zrozumienia i radzenia sobie z różnicami kulturowymi na rynkach międzynarodowych, a także rozwijania umiejętności skutecznego dostosowywania się do różnorodnych środowisk globalnych.

Po pierwsze, należy podkreślić istotność adaptacji kulturowych dla sukcesu firm prowadzonych przez kobiety na arenie międzynarodowej. Trenerzy zawodowi muszą zrozumieć, że każdy rynek kieruje się własnymi zasadami, wartościami i praktykami biznesowymi, a umiejętność dostosowania się do tych różnic kulturowych może stanowić o sukcesie lub porażce globalnej ekspansji przedsiębiorstwa. Dlatego też podkreśla się potrzebę rozwijania umiejętności wrażliwości kulturowej i empatii, w celu zrozumienia perspektyw i oczekiwań klientów, partnerów biznesowych i pracowników w różnych

kontekstach kulturowych. Należy pamiętać, że istnieją kultury o wysokim i niskim kontekście, a w każdej z nich style komunikacji i pracy są odmienne (Navigator, 2022):



W ramach tego tematu należy również zbadać praktyczne strategie adaptacji kulturowej i nabywania kompetencji globalnych. Trenerzy zawodowi nauczą identyfikacji i przewidywania kluczowych różnic kulturowych, które mogą mieć wpływ na strategię biznesową, od komunikacji i marketingu po negocjacje i zarządzanie talentami. Przedstawione zostaną konkretne przykłady firm, które z powodzeniem dostosowały się do odmiennych kultur i rynków, podkreślając skuteczność strategii i praktyk stosowanych w celu przezwyciężenia wyzwań kulturowych i budowania trwałych relacji z klientami i partnerami międzynarodowymi.

Dodatkowo, istotność zachowania konkurencyjności w skali globalnej zostanie uznana za podstawową umiejętność kadr firm prowadzonych przez kobiety, które chcą rozszerzyć swoją działalność na rynki międzynarodowe. Trenerzy zawodowi będą uczyć przedsiębiorczynie, jak wspierać globalny sposób myślenia wśród kobiet przedsiębiorczych, promując ciekawość, otwartość na zmiany i umiejętność uczenia się na podstawie nowych doświadczeń i poznanych perspektyw kulturowych. Podkreślą znaczenie nieustannego kształcenia i rozwoju zawodowego w budowaniu globalnych kompetencji, a także konieczność wykorzystania dostępnych sieci i zasobów w celu realizacji wizji internacjonalizacji i zwiększania zasięgu firm prowadzonych przez kobiety.

Ćwiczenia edukacyjne

Ćwiczenie 1. Badanie trendów internacjonalizacji

Zgromadźcie i przeanalizujcie informacje na temat aktualnych trendów internacjonalizacji w firmach prowadzonych przez kobiety w różnych regionach świata. Informacje te mogą obejmować statystyki wzrostu, kolejne sektory ekspansji, stosowane strategie wejścia na rynek i relacje odniesienia wyjątkowego sukcesu.

Ćwiczenie 2. Analiza PESTEL dla procesu internacjonalizacji

Przeprowadźcie analizę PESTEL dla konkretnego rynku międzynarodowego, ekspansję na który rozważa prowadzona przez kobiety firma. W tym celu należy przeanalizować wszystkie następujące obszary nowego rynku docelowego: Polityczny, Ekonomiczny, Społeczny, Technologiczny, Środowiskowy i Prawny.

POLITYCZNY
EKONOMICZNY
SPOŁECZNY
TECHNOLOGICZNY
ŚRODOWISKOWY
PRAWNY

Ćwiczenie 3. Planowanie strategii wejścia na rynek międzynarodowy.

Opracujcie szczegółowy plan wejścia na rynek międzynarodowy firmy prowadzonej przez kobiety. Możecie skupić się na konkretnym rynku docelowym i opracować strategię adaptacji produktów lub usług, identyfikacji kanałów dystrybucji i budowania relacji z lokalnymi klientami i partnerami.

Ćwiczenie 4. Porównanie stylów komunikacji w krajach o wysokim i niskim kontekście

Przeprowadźcie analizę porównawczą stylów komunikacji występujących w kraju o wysokim kontekście i w kraju o niskim kontekście. Aby to zrobić, wybierz kraje, które reprezentują te dwa rodzaje kontekstów, takie jak Japonia (wysoki kontekst) i Niemcy (niski kontekst).

Kurs edukacyjny WOMENIN



Moduł 5

Zarządzanie zasobami i planowanie strategiczne

Moduł 5: Zarządzanie zasobami i planowanie strategiczne

Wstęp

W dynamicznym środowisku przedsiębiorczości, szczególnie w kontekście Unii Europejskiej, potrzeba przyjęcia bardziej inkluzywnego i sprawiedliwego podejścia nigdy nie była tak wyraźna. To wezwanie do integracji wykracza poza konwencjonalne sfery technicznych i koncepcyjnych aspektów przedsiębiorczości; dotyczy ono wyjątkowych wyzwań stojących przed przedsiębiorczyniami. Uznając ten imperatyw, moduł 5. tego kursu edukacyjnego zatytułowany „Zarządzanie zasobami i planowanie strategiczne”, ma na celu wyposażenie trenerów w narzędzia niezbędne do sprawnego zarządzania zasobami i planowania strategicznego w przedsiębiorczej podróży kobiet.

Cele edukacyjne

Głównym celem tego modułu jest wyposażenie trenerów zawodowych w kompleksowe zrozumienie zróżnicowanych aspektów zarządzania zasobami takimi jak czas, personel i finanse, w połączeniu z koniecznością planowania strategicznego i przestrzegania procedur administracyjnych w celu zapewnienia sukcesu biznesowego. Ten strategiczny cel ma na celu wykroczenie poza konwencjonalne podejścia szkoleniowe i wyposażenie trenerów w umiejętność radzenia sobie ze specyficznymi wyzwaniami, przed którymi stoją kobiety przedsiębiorcze. Dzięki temu kursowi edukacyjnemu trenerzy nie tylko uzyskają szczegółowy wgląd w przeszkody i szanse pojawiające się na ścieżce kariery przedsiębiorczyń, lecz nabędą również kompetencje niezbędne do skutecznego przekazywania tej wiedzy.

Treść dydaktyczna

Rozdział 1. Zarządzanie czasem i równowaga między życiem zawodowym a prywatnym

Skutecznie radzenie sobie z wymagającym środowiskiem przedsiębiorczości wymaga strategicznego podejścia do zarządzania czasem, w połączeniu z głębokim zrozumieniem złożoności związanej z godzeniem pracy z życiem osobistym. Rozdział ten odgrywa istotną rolę w kontekście wzmacniania pozycji przedsiębiorczyń. Świadomi wyjątkowych wyzwań, przed którymi one stoją, przyjrzyjmy się sprawdzonym strategiom i praktycznym spostrzeżeniom, które nie tylko optymalizują wykorzystanie czasu, ale także sprzyjają zachowaniu równowagi między ambicjami zawodowymi a dobrostanem osobistym.

Podstawy skutecznego zarządzania czasem i techniki priorytetyzacji zadań

Cytując tytułową myśl z książki Stephena Richardsa Coveya *First Things First*, zanim zaczniemy rozważania na temat efektywnego zarządzania czasem w środowisku przedsiębiorczości, ważne jest ustalenie kilku podstawowych zasad, które zawsze powinny nam towarzyszyć w dążeniu do tego celu. Oczekując satysfakcjonujących i trwałych wyników, musimy być świadomi konieczności inwestowania w nie naszych zasobów, uwagi, wysiłku i czasu, bez których nie możemy oczekiwać osiągnięcia pożądanых rezultatów. Tylko dzięki odpowiedniemu nastawieniu psychicznemu, regularnej pracy nad zmianą nawyków i codziennym próbom wdrożenia w życie dobrych metod zarządzania czasem, możemy osiągnąć wymierny rezultat. Przyswojenie odpowiednich technik, wdrożenie ich do naszej codziennej rutyny i stosowanie ich we właściwy sposób, choć wymagające, jest jedynym skutecznym sposobem samodoskonalenia.

Drugim założeniem, na którym opierać się będzie dalsza część tego modułu, jest umiejętność organizowania naszych zadań zgodnie z ich istotnością, a nie pilnością. Działanie podyktowane paradygmatem pilności jest swego rodzaju mentalną pułapką, która oferując złudne poczucie satysfakcji i samorealizacji, w ostatecznym rozrachunku spowolni dążenie do naszych celów. Kluczowym pierwszym krokiem będzie zatem skupienie się na priorytetyzacji istotnych zadań i wyzwań.

Prostym, ale bardzo efektywnym rozwiązaniem, które doskonale wpisuje się w to podejście, jest zasada dwóch minut. Jej reguła działania również nie jest skomplikowana - jeśli twoje kolejne zadanie można wykonać w mniej niż dwie minuty, zrób to od razu. Jediną rzeczą, o której musisz tutaj zdecydować, jest to, czy w ogóle zamierzasz wykonać to zadanie. Jeśli nie, można je porzucić. Jeśli tak, przekładanie, porządkowanie i zarządzanie wieloma takimi zadaniami, które nieuchronnie będą się nawarstwiać, jeśli nie zajmiemy się nimi natychmiast, zajmie więcej czasu niż ich faktyczne wykonanie. Przedsiębiorczynie, którzy zdecydowały się wypróbować tę metodę, często były zaskoczone tym, jak wiele z ich zadań należało do tej kategorii. Dzięki zastosowaniu tej techniki będziesz mieć więcej wolnego czasu, który możesz poświęcić na skupienie się na ważniejszych zadaniach lub po prostu się zrelaksować, co również jest kluczowym elementem wydajnej organizacji pracy.

Optimalizacja produktywności i godzenie życia zawodowego z prywatnym

Jednym z najważniejszych terminów, z którymi należy się zapoznać, mówiąc o optymalizacji naszej wydajności, jest termin „głęboka praca (deep work)”. Stworzony przez Cala Newporta i szeroko omówiony w jego książce pod tym samym tytułem, może zostać opisany jako specyficzny stan naszego wolnego od czynników rozpraszających umysłu, który w trybie głębokiej koncentracji może pracować z wykorzystaniem swojego pełnego potencjału. W tym stanie jesteśmy zdolni do twórczej pracy, doskonalenia swoich umiejętności i osiągania wyników, na które „płytką pracę” (przeciwieństwo „głębokiej pracy”, polegająca na wykonywaniu prostych logistycznie, łatwych do powtórzenia zadań) nie pozwala. Istnieje kilka zasad, których wprowadzenie do naszego stylu życia powinno ułatwić nam osiągnięcie tego stanu, a w tym rozdziale skupimy się na dwóch najważniejszych, szczególnie istotnych w dzisiejszych czasach regułach: 1. Ogranicz cyfrowe czynniki rozpraszające i 2. Zaakceptuj nudę.

Większość z nas zapewne zauważyła, że internetowe narzędzia networkingowe i aplikacje stworzone po to, by pomóc nam w nawiązywaniu nowych kontaktów biznesowych lub być na bieżąco z najnowszymi nowinkami branżowymi, nie tylko zabierają dużą część naszego czasu, ale także często przykuwają naszą uwagę, nawet jeśli w danej chwili ich nie potrzebujemy. Po dłuższym czasie takiego funkcjonowania, nasz mózg „przeprogramowuje się” na poszukiwanie tych doświadczeń, na przedkładanie ich nad jakiekolwiek trudne zadanie czy wyzwanie. Niebezpiecznym następstwem tego zjawiska jest niemożność skupienia się, wejścia we wspomniany wcześniej stan głębokiej pracy, odsunięcia na bok wszelkich rozpraszaczy i skupienia się wyłącznie na wykonywanym zadaniu. Dlatego tak ważna jest świadomość tych mentalnych pułapek i podejmowanie prób aktywnego przeciwstawiania się im. Jedną ze skutecznych metod radzenia sobie z tym problemem jest staranny dobór aplikacji, z których decydujemy się korzystać. Cal Newport sugeruje wdrożenie **metody wyboru narzędzi rzemieślnika (ang. The Craftsman Approach to Tool Selection)**. Jego założenie jest proste - wybierz kluczowe cechy, które decydują o sukcesie i szczęściu w karierze i życiu prywatnym. Zastanów się, czy wybranie danego narzędzia (aplikacji) będzie miało znaczący wpływ na wybrane czynniki, pozytywny lub negatywny. Dzięki wykorzystaniu tej metody w życiu osobistym i zawodowym, będziesz w stanie zauważyć znaczną poprawę swojej zdolności skupienia się i utrzymania koncentracji przez dłuższy czas.

Ostatnią rzeczą, którą chcemy omówić w tym rozdziale, lecz równie istotną dla utrzymania maksymalnej wydajności, produktywności i równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, jest akceptacja nudy i świadomość potencjału bezczynności. Choć pomysł ten może początkowo wydawać się nieintuicyjny, nie możemy lekceważyć korzyści płynących z pozwolenia naszemu umysłowi na nie robienie niczego, odpoczynek, odświeżenie i regenerację. Podejście to jest szczególnie ważne w

dzisiejszych czasach, gdy od naszych mózgów oczekuje się nie tylko codziennego generowania wartościowych rezultatów, ale także radzenia sobie z przytłaczającym zalewem informacji. Istnieją liczne sposoby na sprostanie temu wyzwaniu, a niektóre z nich sprowadzają się nawet do całkowitej i dosłownej ucieczki od bieżących obowiązków i zadań, by spędzić czas sam na sam z naturą, odłączając się od wszelkiego rodzaju urządzeń komunikacyjnych, ale zawsze w celu poprawy wydajności zawodowej. Jednak zdecydowanie bardziej uniwersalną i łatwiejszą do zastosowania metodą radzenia sobie z tą presją jest przyjęcie jednej zasady - po zakończonym dniu pracy lub określonej porze dnia, pozbać się wszelkich myśli związanych z pracą i oczyścić z nich swój umysł. Jeśli potrzebujesz więcej czasu na wykonanie swoich zadań, możesz wydłużyć czas pracy, ale po ich ukończeniu pozwól swojemu umysłowi całkowicie odciąć się od spraw zawodowych. Ta prosta zmiana, jeśli zostanie prawidłowo wdrożona, powinna znacznie zmniejszyć stres, zwiększyć ilość czasu wolnego i poprawić ogólne samopoczucie, a także pozytywnie wpłynąć na Twoją wydajność pracy i zdolność do osiągnięcia celów.

Rozdział 2: Zarządzanie personelem

„Wielka wizja bez wielkich ludzi jest bez znaczenia”. Te słowa Jamesa Collinsa, amerykańskiego eksperta w dziedzinie zarządzania biznesem i rozwoju kariery, są doskonałą ilustracją zagadnień omawianych w tym rozdziale. Poniżej skupimy się na istotności właściwego zarządzania zespołem pracowników firmy, począwszy od procesu ich pozyskiwania, a kończąc na kierowaniu ich dalszą pracą. Wszystko po to, by zapewnić stworzenie przyjaznego, pełnego zrozumienia środowiska pracy, które będzie służyło wszystkim zaangażowanym, a jednocześnie pozwoli całej firmie sprawnie działać i osiągać świetne wyniki.

Pozyskiwanie talentów

Pierwszym i niejednokrotnie najważniejszym krokiem w budowaniu zespołu przedsiębiorstwa jest wybór odpowiednich kandydatów na poszczególne stanowiska. Jest to kluczowy etap, który w dużej mierze zadecyduje o tym, czy firma odniesie sukces, czy też poniesie porażkę. John Zillmer, dyrektor generalny Allied Waste, który osiągnął 67% wzrost wartości firmy w ciągu pierwszych 18 miesięcy swojej kadencji, mówi: *„Uważam, że najszybszym sposobem poprawy wyników firmy jest podniesienie poziomu umiejętności pracowników, niezależnie od tego, czy jest to najwyższy rangą lider, czy ktoś, kto kieruje oddziałem organizacji. To po prostu energetyzuje firmę i prowadzi do pozytywnych rezultatów.”* W związku z powyższym, pierwsza część tego rozdziału poświęcona zostanie omówieniu konkretnego sposobu pozyskiwania kandydatów, doskonale nadających się do pełnienia swojej roli - rekrutacji przy wsparciu „metody A”.

Krótko mówiąc, "metoda A" to zestaw zasad dla osoby odpowiedzialnej za rekrutację, które zwiększają szansę na wybór właściwej osoby na dane stanowisko - tzw. „A-playera (gracza A)” (osoby o wysokich kwalifikacjach, oddanej swojej pracy i ceniącej ją ponad wszystko, bardzo dobrze pasującej na stanowisko zarówno ze względu na swoje umiejętności i wiedzę, ale także dzięki zgodności jej wartości i perspektyw z misją firmy).

“Metoda A” składa się z czterech kluczowych elementów:

Karta oceny: zestaw oczekiwań wobec kandydata, lista specyfikacji wyników, aby móc określić je jako satysfakcjonujące. Karta oceny powinna uwzględniać takie cechy, jak **Misja** do osiągnięcia - powinna być jasna i zwięzła; **Rezultaty** do osiągnięcia przez kandydata. Nie jego zadania ale wyniki, które musi osiągnąć; **Kompetencje**, które powinien posiadać, jego cechy zapewniające zarówno dopasowanie kulturowe, jak i behawioralne;

Źródło: ten punkt zachęca do prowadzenia bazy danych kandydatów gotowych do zatrudnienia, gdy pojawi się konkretna okazja;

Selekcja: przeprowadzenie serii obszernych wywiadów w celu zdobycia szczegółowej wiedzy na temat rozmówcy, aby wypełnić kartę wyników i podjąć świadomą decyzję;

Nabycie: przekonanie pożądanego kandydata do dołączenia do zespołu, podkreślając jego dopasowanie do specyfiki firmy, oferując swobodę w podejmowaniu decyzji, atrakcyjne wynagrodzenie lub ciekawe aktywności w pracy.

Zarządzanie pracownikami

Nasze otoczenie nieustannie się zmienia. Zmiany są nieuniknione, a najlepszą rzeczą, jaką możemy w związku z tym zrobić, jest dostosowanie się do nich - to jedyny sposób, aby dobrze prosperować w tym ciągle zmieniającym się krajobrazie. Rynek pracy nie jest wyjątkiem. Niedawna pandemia COVID-19 uświadomiła nam wszystkim efektywność pracy zdalnej. Jednak pomysł zapewnienia pracownikom większej swobody niż w klasycznym środowisku biurowym nie jest niczym nowym. Świetnym przykładem wykorzystania potencjału drzemącego w samodzielnych pracownikach jest były CEO firmy Meddius, Jeff Gunther, i eksperyment, który przeprowadził w swojej firmie na początku 2009 roku. Pomysł był prosty - pracownicy nie musieli przychodzić do pracy i wracać do domu o określonych porach. Nie musieli w ogóle przebywać w biurze. Dla Jeffa liczyły się tylko wyniki.

Dopóki wykonywałaś/eś swoją pracę, nie miało znaczenia, gdzie, kiedy i w jaki sposób to robiłaś/eś. Podejście to nosi nazwę ROWE - środowisko pracy zorientowane wyłącznie na wyniki (ang. "results-only work environment"). Eksperyment Jeffa zakończył się ogromnym sukcesem - w ciągu 3 miesięcy jego trwania produktywność zespołu wzrosła, a stres zmalał. Finalnie, ten system pracy został przyjęty

w Meddius na stałe. Jak powiedział CEO, zarządzanie nie polega na chodzeniu po biurze i sprawdzaniu, czy ludzie są w swoich gabinetach. Polega na tworzeniu warunków, w których ludzie mogą wykonywać swoją pracę najlepiej jak potrafią. Pieniądze mogą być motywatorem tylko do pewnego stopnia, ale gdy potrzeby jednostki i jej rodziny zostaną zaspokojone, na pierwszy plan wysuwają się inne wartości. Te wartości to właśnie wolność i autonomia, a w wielu przypadkach, szczególnie w kontekście pracowników zajmujących się kreatywną, innowacyjną pracą, zapewnienie im możliwie komfortowych warunków pracy sprawi, że zespół będzie osiągał znacznie lepsze wyniki, niż gdyby pracował w ograniczonym, stresującym środowisku, motywowany jedynie wizją otrzymania wynagrodzenia.

Rozdział 3. Biurokracja i finansowanie

Obecnie prowadzenie działalności gospodarczej jest ściśle regulowane przez liczne przepisy i zasady, dlatego aby odnieść sukces w biznesie, należy je dobrze zrozumieć. Ten rozdział poświęcony będzie umiejętności radzenia sobie w skomplikowanym świecie przepisów dla przedsiębiorczyń i pozwoli ci zdobyć niezbędną wiedzę na temat zarządzania firmą z finansowego punktu widzenia, co jest konieczne, aby dobrze prosperować w tym środowisku.

Biurokracja w biznesie

Biurokracja biznesu to zbiór zasad, które regulują funkcjonowanie danego przedsiębiorstwa lub organizacji. Ich złożoność zależy od wielkości firmy, ale zawsze służą podobnym celom - regulowaniu różnych procedur, obowiązków pracowników, polityki wewnętrznej i zewnętrznej itp. Prawdłowo stosowana biurokracja w firmie może prowadzić do pozytywnych efektów, ale zbyt rozbudowane i restrykcyjne przepisy mogą hamować rozwój firmy.

Poniższe wskazówki pozwolą zredukować ilość zbędnych procedur biurokratycznych w Twoim przedsiębiorstwie:

- 1. Skoncentruj się na wynikach.** Nie przedkładaj przepisów i zasad nad produktywność i tworzenie komfortowego miejsca pracy dla swoich pracowników. Stawiaj na rezultaty, a nie na procedury.
- 2. Optymalizuj organizację pracy.** Szukaj kreatywnych rozwiązań, aby zminimalizować ilość czasu poświęcanego na powtarzalne, łatwe do zautomatyzowania zadania.
- 3. Zwiększ autonomię swoich pracowników.** Podnieś produktywność swojego zespołu, dając mu więcej swobody w podejmowaniu decyzji i dążeniu do jak najlepszych wyników.

Finansowanie

W ramach tego segmentu kursu przedstawimy istotne informacje dotyczące sposobów finansowania rozwijającego się przedsiębiorstwa. Celem jest wyposażenie przedsiębiorczyń w szczegółowy wykaz

dostępnych źródeł finansowania, które pozwolą im uzyskać dostęp do zasobów niezbędnych do rozpoczęcia działalności oraz do strategicznych inwestycji w miarę rozwoju firmy.

Źródło finansowania	Opis	Charakterystyka
Założyciele	Inwestycje założycieli, w tym pieniądze, czas i inne zasoby.	Potwierdza zaangażowanie; ograniczona skalowalność bez funduszy zewnętrznych.
3F (rodzina, przyjaciele, niemądrzy)	Finansowanie pozyskiwane na wczesnym etapie od najbliższych społeczności w oparciu o wiarę w pomysł lub przedsiębiorczynię.	Szybka gotówka, ograniczone w porównaniu z tradycyjnymi metodami inwestowania.
Anioły biznesu	Inwestycje doświadczonych przedsiębiorców zapewniających kapitał, kontakty i wiedzę sektorową.	Skuteczne w przypadku finansowania na wczesnym etapie i finansowania początkowego.
Crowdfunding	Finansowanie przez dużą grupę osób, często za pośrednictwem platform takich jak Kickstarter lub Indiegogo.	Podnosi świadomość społeczną; powodzenie zależy od atrakcyjności produktu.
Dotacje	Wsparcie finansowe z programów rządowych lub organizacji mających na celu stymulowanie przedsiębiorczości lub innowacji.	Dotyczy działalności w różnych stadiach rozwoju; podlega określonym kryteriom.

Kapitał podwyższonego ryzyka/kapitał prywatny	Finansowanie udzielane przez profesjonalne firmy inwestycyjne szybko rozwijającym się przedsiębiorstwom, zapewniające kapitał i specjalistyczną wiedzę.	Przydatne w przypadku szybkiego skalowania z udowodnioną rentownością rynkową.
Pożyczki bankowe	Pożyczki bankowe dla stabilnych firm z zabezpieczeniem, niższym ryzykiem i zdolnością do spłaty.	Przydatne dla firm z dodatkowymi zabezpieczeniami finansowymi; ograniczona skalowalność.

Rozdział 4. Istotność planowania strategicznego dla sukcesu rynkowego

Według Patricka Bet-Davida, autora książki „*Pięć Twoich Następnych Kroków. Opanuj sztukę strategii biznesowej* (ang. *Your Next Five Moves. Master the Art of Business Strategy*)", sukces w świecie biznesu zależy w dużej mierze od umiejętności myślenia perspektywicznego, planowania z wyprzedzeniem. Tak, aby zawsze myśleć kilka kroków do przodu i być przygotowanym do reagowania na skutki, jakie poprzednie działanie miało na Twoją sytuację i otoczenie. Poniżej przedstawiamy zestaw wskazówek, które pomogą ci stać się strategiem, "Plan 5 Kroków", zaproponowany po raz pierwszy przez Patricka Bet-Davida we wspomnianej książce:

- Krok 1: Poznaj samego siebie.** Zaczynaj od zadania sobie pytań: kim jestem, co chcę osiągnąć? Wysoko rozwinięta samoświadomość jest kluczem do ustanowienia fundamentów dla wszystkich Twoich przyszłych przedsięwzięć, ponieważ zbieżność Twoich celów z podejmowanymi wysiłkami zawsze będzie napędzać Cię do ich osiągnięcia.
- Krok 2: Opanuj umiejętność wnioskowania.** Naucz się radzić sobie z problemami i brać odpowiedzialność za swoje działania. Nie wahaj się przyznać do błędów i upewnij się, że wiesz, jak zapobiec im w przyszłości. Analizuj napotykanne problemy i rozpoczynaj konkluzję od słowa „ja”, aby zrozumieć, co mogłabyś/mógłbyś zrobić lepiej.
- Krok 3: Naucz się budować odpowiedni zespół.** Nie da się wygrywać w pojedynkę. Jak wspomniano wcześniej, potrzebujesz dobrego zespołu. Ale zamiast skupiać się wyłącznie na

wartości, jaką od nich otrzymujesz, zadaj sobie pytanie: „Co ja mogę im dać, aby poprawić ich jakość życia?”.

4. **Krok 4: Opanuj strategię skalowania.** Kapitalizuj swój biznes, wymagaj od swoich pracowników najlepszych wyników, nadawaj impet poprzez redukcję czasochłonnych procedur bez utraty jakości, poznawaj zasady kluczowe dla swojego biznesu i przekazuj swoją wiedzę, bądź przygotowana/y na zagrożenia ze strony konkurencji, poznaj słabe punkty swojego przedsiębiorstwa.
5. **Ruch 5: Opanuj zagrania silowe.** Zidentyfikuj następną firmę, której chcesz rzucić wyzwanie i bądź przygotowana/y na różne trudności towarzyszące temu procesowi. Potencjalna nagroda jest tego warta. Wykorzystaj media społecznościowe. Nieustannie badaj interakcje między podmiotami, aby poznać ich motywacje.

Ćwiczenia edukacyjne

Ćwiczenie 1: Stosowanie zasady 2 minut.

Pomyśl o swoich codziennych zadaniach, które należą do kategorii 2-minutowych. Ile z nich udało Ci się zliczyć? Od jutra spróbuj zająć się jak największą ich liczbą, a na koniec dnia sprawdź, ile czasu udało Ci się dzięki temu zaoszczędzić.

Ćwiczenie 2: Przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej.

Wyobraź sobie scenariusz, w którym jesteś odpowiedzialna/y za rekrutację na kluczowe stanowisko w firmie. Zidentyfikuj podstawowe kryteria przy użyciu "metody A" (karty oceny). Przygotuj zestaw pytań na symulację rozmowy kwalifikacyjnej, zwracając uwagę na Misję, Rezultaty i Kompetencje.

Ćwiczenie 3: Poszukiwanie źródła finansowania.

Zastanów się nad źródłami finansowania wymienionymi w rozdziale 3. Wybierz jedno z nich, które pasuje do Twojego biznesu i napisz, dlaczego wybrałaś/wybrałeś właśnie tę metodę. Rozważ cechy i potencjalne korzyści wybranej metody finansowania w kontekście Twojego pomysłu na biznes lub hipotetycznego przedsięwzięcia.

Ćwiczenie 4. Pomyśl o planie “5 Kroków” i odpowiedz na poniższe pytania w jego kontekście:

1. **Autorefleksja:** Określ trzy cele osobiste lub zawodowe. Oceń, w jaki sposób pokrywają się one z Twoimi umiejętnościami i aspiracjami.

2. **Nauka na błędach:** Wskaż ostatnie wyzwanie, z którym się zmierzyłaś/eś. Zanotuj, czego się nauczyłaś/eś, jak możesz zapobiec podobnym problemom w przyszłości i jakie usprawnienia wprowadziłaś/wprowadziłbyś na jego podstawie.
3. **Budowanie zespołu:** Zastanów się, jak mogłabyś/mógłbyś poprawić dobrostan swojego zespołu. Wymień trzy działania, które możesz podjąć, aby poprawić jakość ich życia zawodowego.
4. **Strategia skalowania:** Pomyśl o swoim przedsiębiorstwie. Wyobraź sobie jego rozwój. Nakreśl dwa kroki pozwalające wykorzystać nadarzające się okazje i zwiększyć skalę działalności.

Ćwiczenie 5. Studium przypadku: Sara Blakely - doskonalenie zarządzania zasobami

Wprowadzenie: Sara Blakely, założycielka Spanx, jest przykładem zaradnej przedsiębiorczyni. Zaczynając jako specjalistka ds. sprzedaży, z powodzeniem stawiała czoła wyzwaniom, budując wielomilionowe imperium bielizniarskie.

Kluczowe czynniki jej sukcesu:

1. **Zarządzanie czasem i równowaga między życiem zawodowym a prywatnym:** Zdolność Blakely do pogodzenia pracy na pełen etat z rozwijaniem Spanx po godzinach ukazała jej umiejętność efektywnego zarządzania czasem, podkreślając zaangażowanie w realizację celów biznesowych.
2. **Pozyskiwanie talentów i budowanie zespołu:** Sukces Blakely tkwi w strategicznym pozyskiwaniu talentów. Poprzez stworzenie zespołu zgodnego z jej wizją, zwiększyła potencjał firmy Spanx i przyspieszyła jej rozwój.
3. **Biurokracja i finansowanie:** Blakely sprawnie radziła sobie z zawiłościami biznesowymi, wykazując się umiejętnym wykorzystaniem zasobów i kompetentnym zarządzaniem finansami na wczesnych etapach działalności Spanx.
4. **Planowanie strategiczne:** Strategiczne decyzje Blakely, w tym kapitalizacja popytu rynkowego i globalna ekspansja, przyczyniły się do wielkiego sukcesu firmy Spanx.

Wnioski: Podróż Sary Blakely dostarcza nam kluczowych wskazówek w zakresie zarządzania czasem, pozyskiwania talentów, świadomości finansowej i planowania strategicznego. Aspirujące przedsiębiorczynie mogą czerpać inspirację z jej zaradności i zdolności do pokonywania wyzwań, ucząc się efektywnego radzenia sobie na ścieżce przedsiębiorczości.

Kurs edukacyjny WOMENIN



Moduł 6

**Język inkluzywny i efektywna
komunikacja**

Moduł 6: Język inkluzywny i efektywna komunikacja

Wstęp

Język kryje w sobie niezwykłą moc łączenia ludzi, jak również tworzenia między nami podziałów. Hipoteza Sapira-Whorfa (The Stanford Encyclopedia of Philosophy, n.d) lub hipoteza względności językowej była przedmiotem szeroko zakrojonych badań w kręgach akademickich od lat 50-tych XX wieku, badając, w jaki sposób język kształtuje nasze myśli, percepcję i postawy wobec rzeczywistości. W ostatnim czasie naukowcy badali wzajemne powiązania między językiem, komunikacją, biznesem, strukturą organizacyjną i zaangażowaniem interesariuszy, biorąc pod uwagę takie aspekty, jak zarządzanie różnorodnością i integracją oraz strategię środowiskowe, społeczne i zarządcze (ESG).

W tym kontekście język postrzegany jest jako kluczowy czynnik w budowaniu zróżnicowanej i zrównoważonej kadry pracowniczej, która rozwija się w integracyjnym środowisku biznesowym, promującym tolerancję i szacunek dla innych. Znaczenie inkluzywnej komunikacji i używania neutralnego języka zwróciło uwagę ekspertów D&I (ang. Diversity and Inclusion [Różnorodność i Integracja]) i profesjonalistów z różnych dziedzin, w tym public relations, zasobów ludzkich (HR), komunikacji biznesowej, zarządzania oraz instytucji rządowych. Jednak pomimo rosnącej świadomości, koncepcja i praktyczne wdrażanie zasad neutralnej i włączającej komunikacji często nie są jasno określone.

Nasze rozważania koncentrują się na kluczowym aspekcie tej ewoluującej narracji: oddziaływaniu języka na przedsiębiorczość kobiet w Unii Europejskiej (UE). Język jest nie tylko narzędziem przekazywania idei; jest podstawą w budowaniu personelu, który rozwija się w inkluzywnych środowiskach firmowych, wspierających tolerancję i szacunek. W naszej analizie zjawisko to obejmuje nie tylko zarządzanie dialogiem i innowacjami, ale także istotne aspekty, takie jak strategię środowiskowe, społeczne i związane z zarządzaniem (ESG).

W ramach tego modułu zmierzmy się z hipotezą Sapira-Whorfa, która przenika współczesne realia, odnosząc się do roli języka w tworzeniu środowisk, które akceptują, szanują i uwzględniają różnorodne perspektywy. Temat po temacie, poddamy analizie złożone zagadnienie języka inkluzywnego, badając jego definicję, znaczenie i praktyczne zastosowanie. Moduł ten zawiera analizę wyzwań i barier utrudniających skuteczne wdrażanie języka inkluzywnego, wskazując na przeszkody, które należy zlikwidować, aby umożliwić postęp w tym zakresie.

Na zakończenie tego modułu przedstawimy konkretne rozwiązania, prezentując różne formy inkluzywnego języka stosowanego w środowisku pracy i w kręgach przedsiębiorczości kobiet. Od neutralnych płciowo określeń, po zróżnicowaną reprezentację i elastyczny język w kwestiach rodzinnych, te użyteczne strategie umożliwią przedsiębiorstwom przyczynienie się do stworzenia bardziej wspierającego i wzmacniającego środowiska.

Cele edukacyjne

Trenerzy korzystający z tego modułu wezmą udział w podróży edukacyjnej, rozwijając umiejętności i zdobywając wiedzę niezbędną do prowadzenia skutecznych szkoleń z zakresu języka inkluzywnego w ramach swojej organizacji.

W pierwszej kolejności trenerzy zapoznają się z koncepcjami języka inkluzywnego, uzyskując dogłębne zrozumienie ich znaczenia we wspieraniu inicjatyw z zakresu promocji różnorodności i integracji w środowisku biznesowym. Ta fundamentalna wiedza posłuży jako podstawa do skutecznego szkolenia uczestników. Prezentacja praktycznych zastosowań jest kluczowym celem, ponieważ dzięki temu trenerzy będą mogli nabyć biegłość w identyfikowaniu i wdrażaniu strategii komunikacyjnych sprzyjających włączeniu społecznemu. Celem szkolenia jest przedstawienie konkretnych przykładów dostosowanych do kontekstu biznesowego, tak aby uczestnicy mogli z łatwością zastosować te zasady w swojej profesjonalnej komunikacji.

Kolejną kluczową kompetencją jest umiejętność prowadzenia dyskusji na temat nieuświadomionych uprzedzeń. Trenerzy zademonstrują swoją zdolność kierowania dyskusją uczestników na temat nieuświadomionych tendencji w języku, zapewniając im praktyczne narzędzia i strategie identyfikowania i łagodzenia skutków uprzedzeń w komunikacji. Ponadto, kluczową kwestią jest zapewnienie przystępności prowadzonych szkoleń, przy jednoczesnym rozwijaniu przez trenerów kompetencji w zakresie czynienia materiałów i metod szkoleniowych dostępnymi dla osób o różnych umiejętnościach, promując w ten sposób inkluzywność w środowiskach uczenia się.

Promowanie różnorodności we wszystkich materiałach komunikacji biznesowej jest wymiernym celem. Trenerzy będą opowiadać się za i demonstrować znaczenie prezentowania zróżnicowanych opinii, wspierając bardziej inkluzywną narrację w firmie. Wreszcie, trenerzy skupią się na integracji inkluzywnych praktyk językowych w codziennej komunikacji biznesowej, wspierając kulturę, w której różnorodne perspektywy są nie tylko uznawane, ale i celebrowane.

Dzięki osiągnięciu tych celów trenerzy staną się dobrze przygotowani do prowadzenia efektywnych szkoleń językowych w swoich firmach, przyczyniając się do budowania bardziej inkluzywnej, pełnej szacunku i różnorodnej kultury przedsiębiorstwa.

Treść dydaktyczna

Rozdział 1: Czym jest język inkluzywny?

Według Parlamentu Europejskiego „język neutralny płciowo to ogólny termin obejmujący użycie języka nieseksistowskiego, języka inkluzywnego lub języka sprawiedliwego płciowo. Celem języka neutralnego płciowo jest unikanie używania słów, które mogą być interpretowane jako tendencyjne, dyskryminujące lub poniżające poprzez sugerowanie, że jedna płeć lub płeć społeczna jest normą. Używanie języka inkluzywnego i neutralnego płciowo pomaga również ograniczać stereotypy związane z płcią, sprzyja zmianom społecznym i przyczynia się do osiągnięcia równości płci” (Gender-Neutral Language in the European Parliament, 2018).

Komunikacja włączająca, według definicji *The Royal College of Speech and Language Therapists*, to podejście, które ma na celu zaangażowanie w interakcje jak największej liczby osób, przy jednoczesnym uznaniu różnych rodzajów postrzegania i ekspresji ludzi. Podejście to zachęca do używania wszystkich dostępnych metod komunikacji w celu ułatwienia wzajemnego zrozumienia. Język włączający, w tym ujęciu, odnosi się do wyrażen reprezentujących szacunek, pozbawionych uprzedzeń, założeń i stereotypów.

Celem stosowania języka inkluzywnego jest stworzenie środowiska, które jest przyjazne, pełne szacunku i respektujące różnorodne perspektywy, pochodzenie i tożsamość. Wiąże się to z doborem słów i zwrotów, które mają neutralny charakter, są pełne szacunku i afirmacji, a także często wymaga pozostawania na bieżąco ze zmieniającymi się normami społecznymi i preferencjami językowymi, aby upewnić się, że komunikacja pozostaje integracyjna i uwzględnia różnorodnych odbiorców. (*Gender Inclusive Language*, 2021)

Rozdział 2: Język inkluzywny i jego znaczenie dla przedsiębiorczości kobiet

Świadomi znaczącego wpływu języka na kształtowanie naszego postrzegania i postaw, przeanalizujemy, w jaki sposób język inkluzywny odgrywa kluczową rolę w tworzeniu wspierającego i wzmacniającego środowiska dostosowanego do potrzeb przedsiębiorczyń.

Język inkluzywny stanowi potężny katalizator, przełamując bariery utrudniające kobietom rozwój w dziedzinie przedsiębiorczości. Świadomie unikając stosowania wykluczających lub stronnich terminów, sprzyja on budowaniu środowiska, w którym różnorodność jest nie tylko uznawana, ale i celebrowana. (The diversity style guide, 2019)

Działając w obrębie zagadnienia inkluzywności, jesteśmy świadkami rozwoju kultury skupionej wokół współpracy i szacunku, dwóch zasadniczych czynników decydujących o sukcesie kobiet w przedsiębiorczości. Język inkluzywny staje się środkiem, za pomocą którego te kluczowe wartości są nie tylko przekazywane, ale także głęboko zakorzeniane w społeczności przedsiębiorczej.

Przełamując bariery, język inkluzywny staje się drogowskazem, który zaprasza przedsiębiorczynie do przestrzeni, w której ich pomysły, umiejętności i wkład są nie tylko uznawane, ale i świętowane. Stanowi pomost łączący osoby z różnych środowisk i posiadające różne doświadczenia, tworząc środowisko, w którym każdy głos jest nie tylko słyszany, ale i doceniany.

Co więcej, oddziaływanie języka inkluzywnego wykracza poza sferę komunikacji; staje się on katalizatorem promowania różnorodności w krajobrazie przedsiębiorczości. Świadomy dobór słów tworzy inkluzywny gobelin, który odzwierciedla bogactwo różnych perspektyw, czyniąc przedsiębiorczą podróż bardziej przystępną i przyjazną dla kobiet ze wszystkich środowisk.



Źródło: 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)

Rozdział 3: Główne bariery i ograniczenia

Praca nad zagadnieniem języka integracyjnego w środowisku pracy i w kręgach przedsiębiorczości kobiet wiąże się z pokonywaniem różnych barier i wypełnianiem kluczowych luk. Poniżej omówiono niektóre z głównych wyzwań, które wymagają uwagi.

Podejmowanie wyzwań związanych z procesem wdrażania języka integracyjnego w środowisku pracy i przedsiębiorczości kobiet ukazuje kluczowe obszary wymagające poprawy. Jednym z istotnych problemów jest stosowanie języka i stereotypów związanych z płcią, które wzmacniają tradycyjne postrzeganie ról płciowych i tworzą środowisko niesprzyjające włączeniu społecznemu. Aby temu zaradzić, niezbędna jest świadoma zmiana preferencji językowych i unikanie utrwalania stereotypów, co jest zasadniczym elementem przezwyciężania zakorzenionych uprzedzeń płciowych.

Kolejnym problemem jest niewystarczająca różnorodność płciowa wśród kadry kierowniczej i na stanowiskach decyzyjnych. Ograniczona reprezentacja kobiet może wpływać na politykę językową i strategie komunikacyjne, co podkreśla konieczność promowania różnorodności płci na tych stanowiskach w celu uzyskania bardziej inkluzywnej perspektywy.

Przeciwdziałanie nieświadomym uprzedzeniom jest równie istotne, ponieważ mogą one w sposób mimowolny przenikać do komunikacji, prowadząc do zjawiska wykluczenia. Aby zminimalizować to zagrożenie, niezbędne jest prowadzenie programów szkoleniowych i kampanii uświadamiających, które umożliwią jednostkom rozpoznawanie i ograniczanie skutków nieświadomych uprzedzeń występujących w języku.

Niedostateczna edukacja na temat znaczenia języka inkluzywnego również stanowi dodatkową barierę, co wskazuje na potrzebę opracowania programów edukacyjnych i szkoleniowych w celu umożliwienia wszystkim skutecznego posługiwania się językiem integracyjnym.

Kolejnym wyzwaniem jest także brak spójności we wdrażaniu polityk integracyjnych w organizacjach. Nawet w przypadku istniejących już regulacji, ich niekonsekwentne stosowanie może ograniczać skuteczność. Fakt ten oznacza to konieczność zapewnienia spójnego stosowania tych polityk poprzez monitorowanie, wprowadzanie mechanizmów informacji zwrotnej i wsparcie organizacyjne.

Niedopatrzenia związane z przekrojowością stanowią następne wyzwanie, potencjalnie prowadzące do niezamierzonego wykluczenia. Istniejąca w tym obszarze luka wymaga kompleksowego podejścia uwzględniającego różnorodne aspekty tożsamości poszczególnych osób w celu opracowania prawdziwie inkluzywnych praktyk językowych.

Opór wobec zmian także stanowi istotną barierę, ponieważ niechęć do przyjmowania nowych praktyk językowych może wynikać z kultury organizacyjnej lub indywidualnego sprzeciwu. Problem ten wymaga ustanowienia kultury, która ceni różnorodność i dostarcza wyraźnych bodźców do wdrażania języka inkluzywnego, skutecznie przezwyciężając sprzeciw.

Ograniczony dostęp do komunikacji stanowi dodatkową barierę, ponieważ niektóre metody mogą nie być dostępne dla wszystkich. Aby temu zaradzić, należy zapewnić dostępność do platform komunikacyjnych i materiałów osobom posiadającym różne umiejętności. (NICE Comparative & Best Practices Report, 2023).

Niewystarczająca reprezentacja w materiałach komunikacyjnych jest kolejnym wyzwaniem, przyczyniającym się do narastania poczucia wykluczenia. Za rozwiązanie tego problemu należy uznać

aktywne poszukiwanie i wspieranie zróżnicowanej reprezentacji we wszystkich materiałach komunikacyjnych.

Wreszcie, barierę stanowią również nieodpowiednie wskaźniki i ewaluacja inicjatyw związanych z językiem włączającym. Luka ta uwydatnia konieczność opracowania miarodajnych wskaźników i dokonywania regularnej oceny oddziaływania wysiłków na rzecz promowania języka integracyjnego w celu zapewnienia dalszej poprawy obecnej sytuacji.

Rozwiązując te problemy możemy usprawnić stosowanie języka włączającego w środowisku pracy i w przedsiębiorstwach prowadzonych przez kobiety, tworząc bardziej wspierającą, zróżnicowaną i sprzyjającą równouprawnieniu atmosferę.

Rozdział 4: Formy języka inkluzywnego w środowisku pracy i w kręgach przedsiębiorczości kobiet

W środowisku zawodowym, a w szczególności w kontekście przedsiębiorczości prowadzonej przez kobiety, stosowanie języka inkluzywnego wiąże się z dbałością o dobór słów i wyrażeń używanych w celu zagwarantowania, że komunikacja jest pełna szacunku, wzajemnego wsparcia i przyjazna dla osób z różnych środowisk. Oto kilka porad w kontekście używania form języka inkluzywnego, związanych ze środowiskiem pracy i przedsiębiorczością kobiet:

- **Określenia neutralne płciowo:** Używaj terminów neutralnych płciowo, gdy tylko jest to możliwe, aby uniknąć wzmacniania stereotypów. Na przykład, powiedz „osoba zajmująca się biznesem” zamiast „biznesmen” lub „bizneswoman”.
- **Inkluzywne tytuły i opisy stanowisk:** Opracuj tytuły i opisy stanowisk, które nie wzmacniają uprzedzeń płciowych. Unikaj używania terminów, które mogą być kojarzone z konkretną płcią, a zamiast tego skup się na informowaniu o umiejętnościach i kwalifikacjach.
- **Reprezentacja różnorodności:** Prezentuj zróżnicowane wzorce do naśladowania i historie sukcesu w materiałach dotyczących przedsiębiorczości. Podkreślaj osiągnięcia przedsiębiorczyń i innych niedostatecznie reprezentowanych grup, aby zainspirować szersze grono osób.
- **Uniwersalny język w kontekście spraw rodzinnych:** Używaj inkluzywnego języka w odniesieniu do sytuacji rodzinnych, aby uniknąć założeń dotyczących ról płciowych. Na przykład, użyj zwrotu „urlop rodzicielski” zamiast „urlop macierzyński”, aby podkreślić, że zarówno mężczyźni, jak i kobiety mogą brać wolne z powodów rodzinnych.

- **Uznanie intersekcjonalności:** Podnoś świadomość intersekcjonalności tożsamości poprzez uwzględnienie czynników takich jak rasa, pochodzenie etniczne, orientacja seksualna i posiadane umiejętności. Postaraj się zrozumieć, że poszczególne osoby mogą napotykać różne wyzwania wynikające z przenikania się wielu aspektów ich tożsamości.
- **Promowanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym:** Zachęcaj do godzenia życia zawodowego i prywatnego oraz wspieraj w tym zakresie wszystkich pracowników, uwzględniając fakt, że poszczególne osoby mogą posiadać różne obowiązki poza pracą. Jest to szczególnie istotne dla przedsiębiorczyń, które często muszą radzić sobie z wieloma funkcjami.
- **Polityka różnorodności i integracji:** Jasno komunikuj i promuj zasady różnorodności i integracji w przedsiębiorstwie. Upewnij się, że język używany w tych przepisach również jest inkluzywny i podkreśla zaangażowanie w tworzenie sprawiedliwego miejsca pracy.

Poprzez przyjęcie tych form inkluzywnego języka, przedsiębiorstwa mogą przyczynić się do budowania bardziej wspierającego i wzmacniającego środowiska, szczególnie dla przedsiębiorczyń, promując kulturę różnorodności, równości i integracji.

Ćwiczenia edukacyjne

Ćwiczenie 1: Nauka posługiwania się językiem inkluzywnym

W tym zadaniu uczestnicy będą ćwiczyć rozpoznawanie języka, który nie jest inkluzywny, a następnie spróbują przeformułować go na bardziej integracyjny:

- Hej koledzy (ang. guys), zaczynamy! ☐
- Sprzedawca powinien sfinalizować transakcję ☐
- Jest poruszona projektem ☐
- Prezes zwróci się do zespołu ☐
- To jego praca, jest informatykiem ☐
- Zespół potrzebuje silnego lidera, on sobie z tym poradzi ☐
- Inwalida ☐
- Biznesmen ☐

Ćwiczenie 2: Scenariusz i odgrywanie ról

W ramach tego ćwiczenia uczestnicy biorą udział w szczegółowej analizie ogłoszeń o pracę, aby odpowiedzieć na obawy związane z barierami językowymi i integracją w firmie ABC Corporation.

Cel: Ćwiczenie ma na celu analizę dawnych i aktualnych ogłoszeń o pracę w firmie i ocenę poziomu wykorzystania języka inkluzywnego oraz zaproponowanie usprawnień w razie potrzeby.

Instrukcje:

(15 minut) - Uczestnicy są dzieleni na małe grupy w celu przeanalizowania dostarczonego scenariusza studium przypadku oraz ogłoszeń o pracę. Celem jest rozpoznanie wypowiedzi o wykluczającym lub stronniczym charakterze. Po tej analizie grupy ponownie zbierają się razem w celu przeprowadzenia dyskusji grupowej, dzieląc się swoimi spostrzeżeniami i omawiając potencjalny wpływ wykluczającego języka.

(10 minut) - Refleksyjna dyskusja podkreśla znaczenie korzystania z integracyjnego języka w procesie rekrutacji i jego zgodności z celami dotyczącymi różnorodności i integracji.

(20 minut) - Następnie uczestnicy przeprowadzają burzę mózgów na temat alternatywnego, inkluzywnego języka i opracowują plany działania w celu zwiększenia inkluzywności w ogłoszeniach o pracę.

(10 minut) - Sesja kończy się podsumowaniem kluczowych wniosków, podkreślając nieustanną potrzebę stosowania inkluzywnego języka w praktykach rekrutacyjnych.

Korzyść: Dzięki temu ćwiczeniu uczestnicy poprawią swoje zrozumienie i umiejętności w zakresie promowania różnorodności i integracji w ogłoszeniach o pracę i działaniach rekrutacyjnych w firmie ABC Corporation.

Scenariusz:

ABC Corporation jest wiodącą firmą technologiczną zaangażowaną w promowanie różnorodności i integracji wśród swoich pracowników. W ramach działań rekrutacyjnych firma regularnie publikuje ogłoszenia o pracę, aby pozyskać najlepszych kandydatów. Jednak ostatnie informacje zwrotne od pracowników i zewnętrznych interesariuszy wzbudziły obawy dotyczące języka używanego w tych ogłoszeniach o pracę. Wiele osób zwróciło uwagę, że niektóre terminy i zwroty mogą nieumyślnie

wykluczać lub zniechęcać kandydatów z niedostatecznie reprezentowanych grup, takich jak kobiety, osoby o innym kolorze skóry i osoby niepełnosprawne.

Przykłady wcześniejszych ogłoszeń o pracę:

Stanowisko: Sprzedawca

ABC Corporation poszukuje dynamicznego Sprzedawcy do naszego zespołu. Idealny kandydat powinien posiadać udokumentowane doświadczenie w zakresie osiągania ponadplanowych celów sprzedażowych i stymulowania wzrostu przychodów. Obowiązki i kwalifikacje: [...]

Proces aplikacji:

Aby aplikować, prosimy o przesłanie CV i listu motywacyjnego na adres [adres e-mail] do dnia [termin składania aplikacji]. Tylko zakwalifikowani kandydaci zostaną zaproszeni na rozmowę rekrutacyjną.

Stanowisko: Kelnerka

Restauracja ABC zatrudni Kelnerkę. Poszukujemy przyjaznej i energicznej osoby, która będzie w stanie zapewnić doskonałą obsługę klienta w dynamicznym środowisku. Obowiązki i kwalifikacje: [....]

Proces aplikacji:

Aby aplikować, prosimy o przesłanie CV i listu motywacyjnego na adres [adres e-mail] do dnia [termin składania aplikacji]. Tylko zakwalifikowani kandydaci zostaną zaproszeni na rozmowę rekrutacyjną.

Ćwiczenie 3. Napisz ogłoszenie o pracę od podstaw, używając języka inkluzywnego

To ćwiczenie pozwoli uczestnikom przećwiczyć pisanie ogłoszeń o pracę przy użyciu inkluzywnego języka, aby zainteresować kandydatów z różnych środowisk. Dowiedzą się, jak ważny jest język integracyjny w procesie rekrutacji i zdobędą praktyczne umiejętności przygotowywania ogłoszeń o pracę, które promują różnorodność i inkluzywność. Uczestnicy rozpoczną od omówienia znaczenia języka włączającego w ogłoszeniach o pracę i zapoznają się z przykładami. Następnie przygotowują własne ogłoszenia, pamiętając o doborze języka i jego wpływie na inkluzywność. Następnie uczestnicy podzielą się swoimi projektami z grupą, oferując informacje zwrotne i omawiając efektywność używanego języka włączającego. Wreszcie, sesja refleksyjna pozwoli uczestnikom omówić swoje doświadczenia i spostrzeżenia na temat znaczenia stosowania języka inkluzywnego w rekrutacji. Dzięki temu ćwiczeniu uczestnicy poprawią swoje umiejętności posługiwania się takim językiem i tym samym będą mogli przyczynić się do tworzenia bardziej zróżnicowanych i inkluzywnych miejsc pracy.

Ćwiczenie 4: Tworzenie zestawu narzędzi językowych sprzyjających inkluzywności

Poproś uczestników o wspólne stworzenie zestawu narzędzi lub przewodnika po zasobach dotyczących języka włączającego do użytku w ich firmach. Ten zestaw narzędzi może zawierać wytyczne, najlepsze praktyki i praktyczne wskazówki dotyczące promowania języka inkluzywnego w różnych kontekstach komunikacyjnych.

Kurs edukacyjny WOMENIN



Moduł 7

Perspektywa płci i aspekty przekrojowe

Moduł 7: Perspektywa płci i aspekty przekrojowe

Wstęp

Ten moduł bada przekrojowe uwarunkowania związane z edukacją i szkoleniem przedsiębiorczyń, które są zagadnieniami o kluczowym znaczeniu dla życia osobistego i zawodowego kobiet.

Moduł ten podkreśla rolę szkoleń jako czynnika łączącego kobiety z obszarami ich zainteresowań i pracy. Konieczne jest zatem ciągłe szkolenie i nieustanne kształcenie, które może pomóc kobietom w przejściu przez kolejne zmiany w ich życiu. W rezultacie, szkolenia mogą być postrzegane jako siła napędowa przemian. W związku z tym, moduł ten ma na celu podniesienie umiejętności kobiet związanych z konkretnymi i specyficznymi sytuacjami, aby umożliwić kształcenie w oparciu o doświadczenie i vice versa.

Wreszcie, moduł ten określa, w jaki sposób kobiety przedsiębiorcze z całej Europy powinny kontynuować inwestowanie w swoją edukację, uczestnicząc w kursach szkoleniowych, czytając książki na temat zarządzania przedsiębiorstwem, biorąc udział w wydarzeniach networkingowych i nie tylko. Otwartość na nowe pomysły i ciągłe doskonalenie się może prowadzić do wzrostu wiary kobiet w ich zdolności zarządzania i rozwijania przedsiębiorstwa.

Aby stać się bardziej sprawniejszymi na rynku, przedsiębiorczynie powinny zdobyć odpowiednią wiedzę merytoryczną, poczynając od zagadnień z dziedziny ekonomii i finansów, a skończywszy na marketingu, umiejętnościach przywódczych i technikach negocjacyjnych oraz kompetencjach cyfrowych. Należy również stale rozwijać się poprzez ciągłe szkolenia i wyposażać się w szeroki zakres umiejętności miękkich, które mają fundamentalne znaczenie w codziennym życiu przedsiębiorczyń, takich jak skuteczna komunikacja i aktywne słuchanie, zarządzanie czasem, rozwiązywanie problemów, odporność na stres, empatia, myślenie krytyczne i wiele innych.

Cele edukacyjne

Ten moduł szkoleniowy implementuje analizę płci na wszystkich etapach szkolenia (podejście strukturalne) i stosuje system monitorowania i oceny, aby umożliwić uczestnikom zastosowanie odpowiednich narzędzi i wskaźników, w celu promowania równości płci jako jednego z 17 celów zrównoważonego rozwoju Agendy 2030 ONZ.

Moduł ma na celu zapoznanie się z wyzwaniami szkoleniowymi i edukacyjnymi, przed którymi stoją przedsiębiorczynie w Europie. Chociaż działalność przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety w znacznym stopniu przyczynia się do tworzenia nowych miejsc pracy, wdrażania innowacji i stymulowania wzrostu gospodarczego, wciąż napotykają one bariery w dostępie do sieci kontaktów, finansowania i wzorców niezbędnych do rozwoju firm. Osiągnięcie celów Agendy 2030 w zakresie włączenia społecznego wymaga wspierania przedsiębiorczości kobiet poprzez cyfryzację, innowacje technologiczne i budowanie kapitału ludzkiego poprzez szkolenia stanowiące czynnik sprzyjający rozwojowi. Według Catalan University Quality Assurance Agency (2015), edukacja i szkolenia są kluczowymi czynnikami sukcesu w przedsiębiorczości, a dostosowanie tych programów do potrzeb przedsiębiorczych kobiet ma zasadnicze znaczenie. W szybko zmieniającym się krajobrazie technologicznym przedsiębiorczynie muszą poszerzać swoją wiedzę i kwalifikacje, zwłaszcza w aspektach cyfrowych i technologicznych, jednocześnie integrując z nimi dziedzictwo humanistyczne, jak stwierdził Bank Światowy.

Kształcenie i szkolenie odgrywają kluczową rolę w osiągnięciu sukcesu w zakresie przedsiębiorczości, ale gdy programy te nie mają praktycznego znaczenia i koncentrują się nadmiernie na teorii, ograniczają możliwość osiągnięcia sukcesu na ścieżce przedsiębiorczości. Aby zachęcić kobiety do podejmowania samozatrudnienia i osiągnięcia równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, niezbędne jest zapewnienie im wiedzy teoretycznej i praktycznej. Ciągłe szkolenia i ustawiczne kształcenie są niezbędne, aby wspierać kobiety w dostosowywaniu się do zmian w ich życiu osobistym i zawodowym. Szkolenia i praktyczne doświadczenie idą w parze, wzajemnie się wzbogacając.

Dlatego też głównymi celami tego modułu są:

1. Zapewnienie odpowiednich szkoleń dla przedsiębiorczyń, nawet tych, które mogły stracić pracę w wyniku pandemii;
2. Redukcja cyfrowej luki płciowej poprzez nabywanie umiejętności cyfrowych (przekwalifikowanie cyfrowe) i promowanie ciągłego szkolenia w formie e-learningu, również w środowisku biznesowym, za pomocą specjalnych programów dla kobiet zagrożonych wykluczeniem z innowacji cyfrowych lub w celu ułatwienia im dostępu do rynku pracy, w tym kobiet niepełnosprawnych.
3. Organizacja specjalistycznych programów szkoleniowych dla kobiet w zakresie dostępu do sieci kontaktów, finansowania i wzorców potrzebnych do rozpoczęcia i rozwoju działalności gospodarczej.

Treść dydaktyczna

Treść edukacyjna modułu 7. koncentruje się na sześciu głównych założeniach i jest podzielona na pięć części. Moduł ten został opracowany, aby angażować, inspirować i informować przedsiębiorczość uczestniczącą w szkoleniu. Współcześnie treści edukacyjne powinny być jeszcze bardziej pomysłowe, gdyż nie ma już miejsca na naukę wyłącznie z podręcznika i poprzez wykład.

Rozdział 1. Zrozumienie podstaw/podejść do włączania problematyki płci do głównego nurtu edukacji i szkoleń (*gender mainstreaming*)

Podejście tego modułu opiera się na koncepcji Rady Gospodarczej i Społecznej ONZ, która stwierdza, że: „*Gender mainstreaming* to ocena implikacji dla kobiet i mężczyzn wszelkich planowanych działań/polityk, w tym prawodawstwa, polityk lub programów. Jest to sposób na uczynienie obaw i doświadczeń kobiet i mężczyzn integralnym aspektem projektowania, wdrażania, monitorowania i oceny polityk/programów we wszystkich sferach politycznych, gospodarczych i społecznych, tak aby nierówności nie były utrwalane. Celem jest osiągnięcie równości płci” (UN ECOSOC 1995).

Zgodnie ze Strategią i Planem Działania na rzecz Równości Płci i Uwzględniania Problematyki Płci na Malcie na lata 2022-2027 oraz Podręcznikiem Szkoleniowym Uwzględniania Problematyki Płci dostarczonym przez UNDP, fundamentalne stało się przyjęcie strategii *gender mainstreaming* jako metody osiągnięcia równości płci w sektorze edukacji i szkoleń. *Gender mainstreaming* integruje perspektywę płci z opracowywaniem, wdrażaniem, monitorowaniem i oceną polityk oraz określa środki regulacyjne i programy wydatków na cele promowania równości kobiet i mężczyzn oraz zwalczania dyskryminacji poprzez programy edukacyjne i szkoleniowe.

Strategia uwzględniania aspektu płci (*gender mainstreaming*) gwarantuje, że proces formułowania polityk i prac legislacyjnych charakteryzuje się wysoką jakością. Uwarunkowanie to cechuje się większym znaczeniem dla społeczeństwa, ponieważ sprawia, że przepisy skuteczniej odpowiadają na potrzeby wszystkich kobiet, mężczyzn, dziewcząt i chłopców oraz osób o szczególnych potrzebach. *Gender mainstreaming* ma na celu nie tylko unikanie generowania lub wzmacniania istniejących nierówności, które mogą mieć negatywne skutki zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Obejmuje również analizę status quo w celu zidentyfikowania nieprawidłowości wynikających z nierówności oraz opracowanie polityk mających na celu zaradzenie tym nierównościom i zlikwidowanie mechanizmów, które je powodują.

Choć równość płci jest niezwykle ważna, bazując na myśli Hamdaniego (2020), moduł ten uwzględnia również pierwotny cel parytetu płci, który polega na osiągnięciu równego udziału dziewcząt i chłopców, mężczyzn i kobiet we wszystkich formach edukacji, w oparciu o ich proporcje w poszczególnych grupach wiekowych w danej populacji, podczas gdy celem równości płci jest zapewnienie równości edukacyjnej między chłopcami i dziewczętami, kobietami i mężczyznami. Osiągnięcie parytetu płci to tylko jeden krok w kierunku zapewnienia równości płci w edukacji i poprzez edukację. To samo dotyczy szkoleń.

Rozdział 2: Znajomość obowiązków i punktów wejścia dla włączania problematyki płci do głównego nurtu edukacji i szkoleń

Stosując punkty wejściowe dla strategii *gender mainstreaming* przedstawione przez Bank Światowy w odniesieniu do sektora edukacji i szkoleń dla kobiet przedsiębiorczych, możemy zidentyfikować trzy poziomy odpowiedzialności:

- **Poziom instytucjonalny:** Włączanie problematyki płci do głównego nurtu polityki na tym poziomie charakteryzuje się największą skutecznością, ponieważ wszystkie kolejne podejmowane działania zapewnią włączenie problematyki płci do strategii edukacyjnej i szkoleniowej. Wymaga to silnego zaangażowania ze strony przywódców.
- **Poziom polityki:** Uwzględnianie aspektu płci na poziomie polityki może być również realizowane poprzez programy wspierające regulacje *gender mainstreamingu* w inicjatywach edukacyjnych i programach szkoleniowych dla przedsiębiorczyń.
- **Poziom programu/projektu:** Dla uczestników tego szkolenia poziom ten może służyć jako optymalny punkt wejścia do procesu włączania problematyki płci do głównego nurtu, a także jest to najbardziej bezpośredni sposób na wzmocnienie i promowanie *gender mainstreamingu* w programach edukacyjnych i szkoleniowych, będąc ich ambasadorami.

Mimo że odpowiedzialność spoczywa na instytucjach i organizacjach na poziomie korporacyjnym i ich kierownictwie, trener musi podkreślić, że odpowiedzialność za wdrażanie *gender mainstreamingu* spoczywa również na wszystkich pracownikach tych organizacji zaangażowanych bezpośrednio i pośrednio w sektor edukacji i szkoleń.

Ważne jest, aby podkreślić, że decydenci polityczni, organizacje i osoby prywatne powinny współpracować w celu stworzenia właściwego środowiska dla wzmocnienia pozycji przedsiębiorczyń, poprzez promowanie parytetu płci i równości, wspieranie innowacji i ustawicznego kształcenia.

Rozdział 3: Angażowanie kobiet w działania przywódcze i decyzyjne związane z programami edukacyjnymi i szkoleniowymi

W celu stworzenia programów edukacyjnych i szkoleniowych dostosowanych do potrzeb przedsiębiorczyń, trener będzie zwracał uwagę na wzmocnienie pozycji kobiet poprzez:

- Budowanie potencjału interesariuszy na poziomie lokalnym w zakresie równości płci poprzez programy edukacyjne i szkoleniowe
- Opracowanie materiałów podnoszących świadomość i upowszechniających informacje na poziomie krajowym i lokalnym
- Koordynacja i tworzenie sieci z interesariuszami zaangażowanymi w sektor edukacji i szkoleń.
- Zachęcanie do włączania problematyki płci do głównego nurtu polityki na poziomie krajowym i lokalnym poprzez wspieranie rozwoju polityk, które promują gender mainstreaming poprzez edukację i szkolenia.
- Promowanie przepisów i polityki na rzecz dostosowania kursów edukacyjnych i szkoleniowych do parytetu płci i równości. Głównym problemem pozostaje fakt, iż nierówność między kobietami i mężczyznami jest nadal powszechna, mimo że prawo stanowi o równości wszystkich osób wobec prawa. Dlatego też gender mainstreaming ma na celu umożliwienie społeczeństwu i instytucjom zmiany ich postrzegania wartości i kultur, polityk i praktyk wspierających równość wyborów i szans dla kobiet i mężczyzn.
- Monitorowanie postępów i wdrażanie planów działania opracowanych dla wszystkich obszarów w celu zapewnienia równego udziału kobiet i mężczyzn w sektorach edukacji i szkoleń. W wielu krajach struktury społeczne powodują nierówności między kobietami i mężczyznami w dostępie do zasobów, perspektyw i możliwości podejmowania decyzji na poziomie polityki.
- Eliminowanie przeszkód szkoleniowych, promowanie kształcenia przez całe życie celem stworzenia w Europie środowiska sprzyjającego włączeniu społecznemu, w którym przedsiębiorczynie dysponują umiejętnościami i wiedzą umożliwiającymi im rozwój.
- Pobudzanie innowacyjności dla kobiet przedsiębiorczych na całym kontynencie.



Źródło: Rada Europejska

(<https://www.coe.int/en/web/european-youth-foundation/gender-perspectives>)

Rozdział 4: Zapoznanie się ze strategiami i narzędziami włączania problematyki płci do głównego nurtu kształcenia poprzez programy edukacyjne i szkoleniowe.

W całej Europie istnieje potrzeba odpowiedniego zaangażowania politycznego na rzecz równości płci i kompatybilnych ram prawnych jako warunków wstępnych do ustanowienia skutecznej strategii włączania problematyki płci do głównego nurtu życia społecznego i politycznego, także poprzez programy edukacyjne i szkoleniowe. Opierając się na dokumencie "Wskazówki dotyczące uwzględniania aspektu płci w treści kursów i programów studiów" (ang. „Guidance for gender mainstreaming in the content of courses and study programmes”) przygotowanym przez Uniwersytet w Göteborgu i biorąc pod uwagę najlepsze praktyki pozaeuropejskie, takie jak ta stosowana przez Japońską Agencję Współpracy Międzynarodowej (ang. Japan International Cooperation Agency), aktywności podejmowane w ramach strategii *gender mainstreamingu* wymagają jasnego planu działania, który powinien uwzględniać kontekst, spełniać niezbędne warunki, obejmować wszystkie istotne aspekty, przewidywać wykorzystanie konkretnych metod i przestrzeni, definiować obowiązki, o których mowa w części II i zapewniać, że niezbędne kompetencje są dostępne, aby osiągnąć oczekiwane rezultaty w określonym czasie.

Bazując na koncepcji Commonwealth of Learning (2014) i idei *gender mainstreaming* w szkoleniach i edukacji technicznej i zawodowej opisanej przez Nurhaeni i Kurniawan (2018), niniejsza jednostka edukacyjna koncentruje się na głównych strategiach i narzędziach *gender mainstreaming*, które powinny być wykorzystywane przez trenerów:

- Zaangażowanie kobiet i mężczyzn w konsultacje dotyczące sposobu uwzględniania aspektu płci w inicjatywach edukacyjnych i szkoleniowych poprzez ankiety, wysłuchania publiczne, wywiady z interesariuszami lub inne metody. Dzięki temu obawy i priorytety kobiet i mężczyzn zostaną odpowiednio rozpoznane i uwzględnione w projektach kursów szkoleniowych zgodnie z wytycznymi United Nations Institute for Training and Research-UNITAR (2022).
- Uwzględnienie danych podzielonych według płci, aby na ich podstawie kobiety mogły opracować swoje plany dotyczące życia osobistego i zawodowego, aby pomóc zidentyfikować i wyeliminować konkretne bariery, z którymi borykają się kobiety w procesie kształcenia i szkolenia.
- Sformułowanie celów uwzględniających płeć i / lub konkretnych celów, wskaźników i działań w celu oceny jakości programów edukacyjnych i szkoleniowych oraz podjęcie działań zmierzających do dostosowania się do rzeczywistych potrzeb przedsiębiorczyń w celu zagwarantowania równowagi między ich życiem zawodowym a prywatnym.

Rozdział 5: Zalecenia dotyczące opracowywania strategii włączania do głównego nurtu kształcenia dla decydentów, organizacji i przedsiębiorczyń

W celu opracowania strategii włączania do głównego nurtu związanego z tematem „Szkolenia i edukacja”, niniejsza jednostka edukacyjna koncentruje się na ukierunkowanych zaleceniach dla europejskich decydentów, organizacji i indywidualnych przedsiębiorczyń, co jest ściśle związane z jednostką II dotyczącą obowiązków.

Dla decydentów interesującym rozwiązaniem może okazać się opracowanie krajowej strategii na rzecz edukacji w zakresie przedsiębiorczości, która będzie uwzględniać i zaspokajać konkretne potrzeby przedsiębiorczyń, przeznaczając środki finansowe na wspieranie programów przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem inicjatyw skierowanych do kobiet przedsiębiorczych, oraz promowanie inicjatyw na rzecz równości płci, a także wdrażanie polityk zachęcających przedsiębiorstwa do wprowadzania praktyk w zakresie różnorodności i integracji oraz zapewnianie motywacji do stosowania zrównoważonych płciowo zasad zatrudniania i przywództwa. Kampanie społeczne mające na celu promowanie równości płci mogą pomóc w zmianie stereotypów związanych z przedsiębiorczością. Kampanie te mogłyby podkreślać sukcesy przedsiębiorczyń i promować pozytywne wzorce do naśladowania. W przypadku organizacji zaleca się współpracę transgraniczną poprzez tworzenie sieci łączących kobiety z różnych krajów europejskich. Organizacje mogą odgrywać kluczową rolę w ułatwianiu współpracy transgranicznej i dzieleniu się wiedzą między przedsiębiorczyniami, zapewniając cenne możliwości wymiany międzykulturowej, nawiązywania

kontaktów i dzielenia się zasobami. Ponadto zaleca się utworzenie lub wspieranie cyfrowych platform edukacyjnych, które oferują kompleksowe kursy online i zasoby dostosowane specjalnie do potrzeb kobiet przedsiębiorczych w Europie. Platformy te powinny być przyjazne dla użytkownika, wielojęzyczne i przystępne. Wreszcie, organizacje powinny promować szkolenia międzysektorowe, zachęcając do eksploracji różnych sektorów poprzez przekrojowe programy szkoleniowe.

Udostępniając kobietom dostęp do różnych branż, programy te mogą stymulować generowanie innowacyjne koncepcji i wspierać współpracę międzybranżową. Zdolność adaptacji do zmieniającej się dynamiki rynku jest cenną umiejętnością dla przedsiębiorców.

Przedsiębiorczynie powinny więc wcielać w życie koncepcję kształcenia przez całe życie, aby utrzymać konkurencyjność i innowacyjność. Powinny aktywnie poszukiwać możliwości szkoleniowych, warsztatów i kursów, które zapewnią im możliwość zdobycia nowych umiejętności, bycia na bieżąco z trendami branżowymi i dostosowywania się do zmieniającej się dynamiki rynku. Jednocześnie fundamentalnym elementem powodzenia jest wykorzystanie europejskich sieci poprzez zapewnienie cennych kontaktów, możliwości mentoringu i dostępu do zasobów. Wreszcie, kobiety przedsiębiorcze powinny aktywnie opowiadać się za rozwojem edukacji i szkoleń dostosowanych do płci, uczestnicząc w odpowiednich inicjatywach, dzieląc się swoimi doświadczeniami i promując politykę równość w przedsiębiorczości. Współpraca i wspólne działania są kluczem do pozytywnych zmian.

Ćwiczenia edukacyjne

Ćwiczenie 1: Szkolenie w zakresie przedsiębiorczości

Przeprowadź sesje szkoleniowe, aby pomóc przedsiębiorczynom rozwijać umiejętności oraz zdobyć wiedzę i doświadczenie niezbędne do odniesienia sukcesu w biznesie. Te sesje szkoleniowe mogą być prowadzone przez doświadczonych przedsiębiorców, trenerów biznesowych lub ekspertów branżowych.

Ćwiczenie 2: Program mentorski

Uruchom program mentorski, w ramach którego doświadczone przedsiębiorczynie będą mogły dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem z początkującymi kobietami biznesu. Zapewni to uczestnikom wskazówki i wsparcie w radzeniu sobie z wyzwaniami świata przedsiębiorczości.

Ćwiczenie 3: Dostęp do finansowania

Zapewnij dostęp do finansowania i zasobów, które mogą pomóc przedsiębiorczyniom w rozpoczęciu i rozwijaniu działalności gospodarczej. Może to obejmować rozwijanie partnerstwa z instytucjami finansowymi, udzielanie finansowania lub stworzenie platformy crowdfundingowej.

Ćwiczenie 4: Inkubatory przedsiębiorczości

Postaraj się stworzyć inkubatory przedsiębiorczości, które zapewnią kobietom przedsiębiorczym przestrzeń do pracy, dostęp do zasobów i usług oraz możliwości nawiązywania kontaktów. Stwórz to wspierające środowisko, w którym przedsiębiorczynie będą mogły budować i rozwijać swoje firmy.

Ćwiczenie 5: Wydarzenia networkingowe

Zorganizuj wydarzeń networkingowe, które zgromadzą przedsiębiorczynie, inwestorów, mentorów i innych interesariuszy ze społeczności biznesowej. Wydarzenia te będą okazją dla przedsiębiorczyń do nawiązania kontaktów, podzielenia się swoimi doświadczeniami i uczenia się od innych.

Ćwiczenie 6: Rzecznictwo i zwiększanie świadomości

Pracuj nad zwiększaniem świadomości na temat znaczenia przedsiębiorczości kobiet i opowiadaj się za polityką wspierającą kobiety przedsiębiorcze. Może to obejmować współpracę z decydentami politycznymi w celu opracowania polityk promujących przedsiębiorczość kobiet lub rozpoczęcie publicznej kampanii informacyjnej w celu podkreślenia wkładu przedsiębiorczyń w gospodarkę.

Bibliografia

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., & 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, 2 luty). *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, wrzesień). 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/.](https://leaders.com/articles/women-in-business/sara-blakely-spanx/)

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

Minecraft Education. (2023, 30 czerwca). 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, 14 grudnia).

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/2023-03/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.

Dodatkowe zasoby

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.careerleaders.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-markets/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/>

[WomenXIMPACT](https://womenximpact.com/en/home/) <https://womenximpact.com/en/home/>

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

Zakończenie

Reasumując, kurs szkoleniowy projektu WOMENIN jest istotną odpowiedzią na pilną potrzebę osiągnięcia równości płci i inkluzywności w przedsiębiorczości. Wyposażając nauczycieli kształcenia i szkolenia zawodowego w niezbędne narzędzia i kompetencje, kurs dotyczy zarówno technicznych aspektów przedsiębiorczości, jak i konkretnych wyzwań stojących przed przedsiębiorczyniami. Dzięki kompleksowym modułom edukatorzy mogą uzyskać głębsze zrozumienie zagadnień związanych z przedsiębiorczością kobiet, w tym jej trendów, wyzwań i możliwości w różnych krajach Unii Europejskiej.

Co więcej, kurs wspiera kulturę wspierania równości płci, dając trenerom możliwość promowania inkluzywności nie tylko w przedsiębiorczości, ale także w edukacji. Integrując perspektywę płci na wszystkich etapach procesu szkoleniowego, trenerzy są przygotowani do promowania różnorodności i równości w swoich instytucjach edukacyjnych. Ponadto kurs kładzie nacisk na rozwój umiejętności komunikacyjnych sprzyjających włączeniu społecznemu, umożliwiając trenerom skuteczne prowadzenie i wspieranie przedsiębiorczyń na ich ścieżce biznesowej. Koncentrując się na problematyce internacjonalizacji, kurs propaguje globalną wizję przedsiębiorczości, zapewniając, że trenerzy są przygotowani do radzenia sobie z konkretnymi wyzwaniami stojącymi przed przedsiębiorczyniami w całej Europie. Kontynuując nadawanie priorytetu inicjatywom takim jak projekt WOMENIN, podejmujemy istotne kroki w kierunku stworzenia bardziej inkluzywnego i sprawiedliwego krajobrazu przedsiębiorczości.