Mój biznes w sieci



# Podsumowanie

1. Odbiorcy szkolenia
2. Cele kursu
3. Czas Kursu
4. Tematy
	1. Wyszukiwanie dostawców, ofert, sprawdzanie wiarygodności potencjalnego partnera biznesowego.
	2. Rozpowszechnienie w sieci informacji o swoim biznesie, (wizytówka, media społecznościowe, widoczność w serwisach typu Google Maps, itd.)
	3. Wyszukiwanie informacji na stronach instytucji publicznych, np. o regulacjach prawnych dotyczących handlu w sieci, serwisów z przetargami, bazakonkurencyjnosci.gov.pl.
	4. Wykorzystywanie materiałów z sieci (własność intelektualna otwarte licencje)
	5. Wyszukiwanie treści związanych z rozwojem zainteresowań, kursów e-learningowych, podcastów tematycznych, platform z zasobami do nauki dla przedsiębiorców (np. Akademia PARP)
	6. Prowadzenie rozmów przez internet (np. videorozmowy, rozmowy grupowe)
	7. Komunikacja elektroniczna z klientami i dostawcami, w tym uzyskiwanie opinii klientów.

##### Wiedza o podstawach posiadania własnej strony internetowej,

##### Marketing w internecie.

##### Korzystanie z bankowości elektronicznej lub przyjmowanie płatności online

##### Reagowanie na naruszenie własnych praw autorskich

##### Reagowanie i radzenie sobie ze zjawiskami niepożądanymi i groźnymi

##### Ochrona komputera i innych urządzeń przed złośliwym oprogramowaniem

##### Przykłady przydatnych aplikacji do wykorzystania (np. do zarządzania informacjami o klientach, dostawcach): jak i gdzie ich szukać, jak instalować, jak i do czego używać, na co uważać i na co zwracać szczególną uwagę (pod kątem bezpieczeństwa).

##### Rodzaje licencji (licencje otwarte, komercyjne) na których mogą być udostępnione treści i oprogramowanie wraz z przykładami / źródłami.

##### Założenie konta w ePUAP i profilu zaufanego oraz wykorzystanie profilu zaufanego

##### Załatwianie drogą elektroniczną spraw.Założenie/zawieszenie/zakończenie działalności gospodarczej

##### Rozliczenia podatkowe, deklaracje i składki na ZUS online

# 1. Odbiorcy szkolenia

Ostatecznym adresatem szkolenia są mieszkańcy województw łódzkiego i kujawsko-pomorskiego. Materiał ma również służyć przeprowadzeniu szkoleń instruktażowych przez trenerów dla instruktorów. Instruktor kompetencji cyfrowych – osoba zaangażowana przez grantobiorcę prowadząca na obszarze jego działania szkolenia rozwijające kompetencje cyfrowe osób dorosłych. Działania szkoleniowe mają na celu rozwinięcie u instruktorów umiejętności trenerskich oraz kompetencji cyfrowych tak, by przygotować ich do nauczania kompetencji cyfrowych wśród osób dorosłych. Zgodnie z standardem szkoleniowym przyjętym w Programie Operacyjnym Polska Cyfrowa, liczebność grupy szkoleniowej przypadająca na jednego instruktora nie może być większa niż 12 osób.

# 2. Cele modułu

Uczestnik...

1. Wykorzystuje zasoby internetu, aby podnieść skuteczność działania w ramach poszczególnych funkcji biznesowych (komunikacja, marketing, zaopatrzenie, finanse itp.
2. Korzysta z dedykowanych dla biznesu usług e-administracji
3. Korzysta z zasobów edukacyjnych dla przyszłych przedsiębiorców (np. Akademia PARP).

# 3. Czas Kursu

12 Godzin

2 sześciogodzinne spotkania

# 4. Tematy

## Temat 1.

Wyszukiwanie dostawców, ofert, sprawdzanie wiarygodności potencjalnego partnera biznesowego.

##### PRZYKŁADOWE WYSZUKIWARKI PRZETARGÓW I ZAMÓWIEŃ

* Zamówienia publiczne - wyszukiwanie - szukaj zamówień publicznych
* <https://miir.bip.gov.pl/search/publiccontracts/>
* Komunikaty.pl - przetargi, licytacje zamówienia publiczne
* <http://www.komunikaty.pl/komunikaty/i/kategoria-przetargi/1?q=przetargi+publiczne>
* PARP - zamówienia publiczne - zamówienia poniżej 30000 Euro - ogłoszone
	+ <https://bip.parp.gov.pl/zamowienia-publiczne-parp>
* Oferia.pl

##

## Temat 2.

Rozpowszechnienie w sieci informacji o swoim biznesie, (wizytówka, media społecznościowe, widoczność w serwisach typu Google Maps, itd.)

Analiza 4P, czyli Product, Price, Place, Promotion.

1. Place i Promotion w internecie:
	1. właściwa strona www - odpowiadająca formą i zakresem branży przedsiębiorcy
	2. wybranie właściwej nazwy Domeny
	3. strona szybko wczytuje się zarówno na urządzenia stacjonarne jak i mobilne,Ilość zdjęć czy filmów na stronie, nie może powodować opóźnień w jej wczytywaniu
	4. atrakcyjnie opisany tytuł, opis działalności przedsiębiorcy
	5. treści unikalne, tzn. takie, które np. wyszukiwarka Google uzna za atrakcyjne, w efekcie częstsze wyświetlenia
	6. ułatwienia komunikacyjne np. specjalne, inteligentne oprogramowanie, które to w sposób szybki i profesjonalny ułatwi kontakt firmy z potencjalnym klientem.np. obsługę systemu do natychmiastowego kontaktu CallPage)
2. Przy wyborze miejsc promujących ofertę w internecie, warto zaistnieć w „wizytówkach biznesowych”, wizytówce Google, tak aby zwiększyć szansę wyszukania usług głównie na rynkach lokalnych, np.
	1. zumi.pl,
	2. Panorama Firm
	3. Targeo.pl
	4. branżowe, np. dobrymechanik.pl
3. Skuteczne wypromowanie w sieci.

## Temat 3.

Wyszukiwanie informacji na stronach instytucji publicznych, np. o regulacjach prawnych dotyczących handlu w sieci, serwisów z przetargami, bazakonkurencyjnosci.gov.pl.

Pozycja konsumenta w prawie polskim

* uprawnienia i obowiązki konsumenta
* uprawnienia i obowiązki przedsiębiorcy
* strona internetowa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta - wzory pism
* warsztaty z wykorzystaniem procesorów tekstu - np. sporządzanie według wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy

Najważniejsza wyszukiwarka aktów prawnych jest ISAP - Internetowy System Aktów Prawnych <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf>

## Temat 4.

Wykorzystywanie materiałów z sieci (własność intelektualna otwarte licencje)

1. Licencje oprogramowania: BOX, OEM, Shareware, Adware,Trial, Freeware, GPL, Abandonware
2. Licencje udostępniania: Uznanie autorstwa (ang. Attribution, BY), Użycie niekomercyjne (ang. Noncommercial, NC), Bez utworów zależnych (ang. No Derivative Works, ND), Na tych samych warunkach (ang. Share Alike, SA), sześć możliwych kombinacji warunków; licencje dodatkowe, np. Sampling – warunek Creative Commons
3. Domena publiczna
4. Dozwolony użytek
5. Umowa przenoszącą autorskie prawa majątkowe.

## Temat 5.

Wyszukiwanie treści związanych z rozwojem zainteresowań, kursów e-learningowych, podcastów tematycznych, platform z zasobami do nauki dla przedsiębiorców (np. Akademia PARP)

1. Prezentacja największych i najpopularniejszych platform e-learningowych
2. Akademia PARP
3. Udemy
4. Webinaria

ĆWICZENIE : Załóż konto w Akademii PARP U*czestnicy korzystając ze sprzętu komputerowego i wskazówek trenera zakładają konto w Akademii PARP..*

## Temat 6.

Prowadzenie rozmów przez internet (np. videorozmowy, rozmowy grupowe)

(25 minut) *prezentacja, ćwiczenie.* Trener korzystając ze swojej eksperckiej wiedzy przeprowadza uczestników poprzez poszczególne komunikatory. Uczestnicy wykonują pod kierownictwem trenera czynności dotyczące użycia komunikatorów. Następnie uczestnicy wykonują ćwiczenie.

1. SKYPE - prezentacja funkcjonalności: Rozmowy między użytkownikami Skype'a; Połączenia na telefony komórkowe i stacjonarne; Przekierowanie rozmów; Rozmowy wideo; Wideorozmowy grupowe)
2. Facebook Messenger: Rozmowy, rozmowy głosowe, wideo rozmowy; rozmowy grupowe, przesyłanie plików; kontakt z markami.

Ćwiczenie: Wykorzystując funkcjonalność portalu Skype, uczestnicy szkolenia instalują program Skype, a następnie w podziale na 2 grupy przeprowadzają grupową wideokonferencję.

## Temat 7.

Zakupy i sprzedaż przez internet

##### Trener w formie prezentacji pokaże uczestnikom szkolenia rodzaje sprzedaży i zakupów w internecie. Uczestnicy utrwalą wiedzę wykonując ćwiczenie.

1. Serwisy aukcyjne - czas trwania:30 minut
	1. Allegro,
	2. OLX,
	3. eBay,
	4. Sprzedajemy.pl,
	5. Facebook Market
	6. zakładanie konta i logowanie
	7. wyszukiwanie ofert
	8. warunki dokonywania zakupów i płatności
	9. sprzedaż
2. Sklepy internetowe - czas trwania: 20 minut
	1. przykłady - np. Księgarnia Profinfo.pl (poradniki prawne i finansowe);
	2. Zalando.pl https://www.zalando.pl/
	3. dokonywanie zakupów i metody płatności
3. Porównywanie ofert - czas trwania: 10 minut
	1. ceneo.pl
	2. skąpiec.pl
4. Zakupy w internecie
	1. Piotr i Paweł - zakupy spożywcze. Korzystając ze strony internetowej popularnych delikatesów można w wybranych lokalizacjach w Polsce zrobić zakupy spożywcze z dostawą do domu bądź odbiorem osobistym.
	2. Reserved - online - Sklep on-line marki odzieżowej, dający możliwość zakupów on-line z dostawą bądź odbiorem osobistym.
5. Płatności elektroniczne
	1. Pay Pal
	2. Przelewy 24
	3. Google Pay

Temat 8.

Wiedza o podstawach posiadania własnej strony internetowej

##### Trener w formie prezentacji przedstawia zagadnienia:

## Podstawowe cechy dobrej strony

* 1. właściwa strona www - odpowiadająca formą i zakresem branży przedsiębiorcy
	2. wiarygodność – podstawa zaufania Klientów, np. przyciągająca grafika z twarzami uśmiechniętych i zadowolonych ludzi; dobrze napisane, poprawne teksty, które wytwarzają atmosferę przyjacielskości i zaufania
	3. wybranie właściwej nazwy Domeny- frazy na tyle ogólne, by uzyski­wać dobre wyniki dla słowa kluc­zowego, ale posi­adające wystar­cza­jące cechy wyróż­ni­a­jące markę, by mogły zostać zapamię­tane.
	4. strona szybko wczytuje się zarówno na urządzenia stacjonarne jak i mobilne,Ilość zdjęć czy filmów na stronie, nie może powodować opóźnień w jej wczytywaniu
	5. nawigacja – intuicyjna i wspierająca działania SEO (SEO – to inaczej optymalizacja stron internetowych pod wyszukiwarki
	6. słowa kluczowe – priorytetowy element strategii, źródło informacji to chociażby Planner Słów Kluczowych AdWords. Aby z niego skorzystać, nie trzeba mieć aktywnej kampanii. Narzędzie ponadto jest bezpłatne
	7. atrakcyjnie opisany tytuł, opis działalności przedsiębiorcy - przejrzysty i zwięzły, zwłaszcza wizytówka firmy “O nas” nie może być sztampowa”
	8. treści unikalne, tzn. takie, które np. wyszukiwarka Google uzna za atrakcyjne, w efekcie częstsze wyświetlenia
	9. informacje kontaktowe zawsze pod ręką, ułatwienia komunikacyjne np. specjalne, inteligentne oprogramowanie, które to w sposób szybki i profesjonalny ułatwi kontakt firmy z potencjalnym klientem.np. obsługę systemu do natychmiastowego kontaktu CallPage, formularze kontaktowe, chatbox,
	10. wezwanie do działania jasne i zrozumiałe - pomoże w tym przycisk wezwania do działania (call to action) typu: "Kup teraz", "Zapisz się na newsletter", "Zapytaj o usługę", "Wypełnij formularz"
	11. przyciski mediów społecznościowych
	12. utrzymanie standardów poprawnego kodu - ważne dla wyszukiwarek
1. Podstawowe cechy dobrego hostingu
	1. Sprawdź ile wynosi cena danego hostingu w DRUGIM roku. Często dostawcy hostingu kuszą niską ceną w pierwszym roku, by potem podnieść cenę nawet kilkunastokrotnie.
	2. Sprawdź uptime danego hostera i limity - upewnij się, że możesz zmienić pakiet w trakcie trwania oferty automatycznie.
	3. Poczytaj opinie o danej firmie w sieci
	4. Sprawdź, gdzie firma trzyma swoje dane - centra danych za granicą mogą mieć znaczenie w związku z RODO
	5. Upewnij się, jak często firma robi backup i czy Ty, jako klient, masz łatwy dostęp do backupu swojej strony. Warto pamiętać by robić samodzielnie backup, w innym miejscu, niż tam gdzie mamy hosting, najlepiej w chmurze.
	6. Zweryfikuj obsługę klienta -jak długo musisz czekać na połączenie, zadaj kilka kłopotliwych pytań, zobacz jakie są dostępne kanały komunikacji, czy firma nie każe Ci płacić dodatkowo za pomoc telefoniczną w tzw. pakiecie Premium
2. Wybrani dostawcy hostingu w Polsce:
	1. dhosting.pl
	2. Smarthost
	3. Kei.pl
	4. Hekko
	5. Nazwa.pl
	6. Linuxpl.com
	7. Home.pl
3. WordPress

## Temat 9.

Marketing w internecie.

 (35 min) Trener korzystając ze swojej eksperckiej wiedzy przeprowadza uczestników poprzez narzędzia do promocji strony.

1. Adwords
2. Sieci afiliacyjne
3. Reklama w mediach społecznościowych
	1. Reklama na facebooku
	2. Reklama na Instagramie

 4. SEO - pozycjonowanie w wyszukiwarkach

1. Jak pozycjonuje treść
2. Linki
3. Bezpłatne wizytówki w mapach google

 5. Portale z wizytówkami - jak i czy pozycjonują

## Temat 10.

Korzystanie z bankowości elektronicznej lub przyjmowanie płatności online

* (25 minut wykład + 45 minut ćwiczenie). Trener prezentuje uczestnikom demo bankowości elektronicznej oraz prezentuje inny przykład bankowego e-learnigu - filmy instruktażowe na stronie BZWBK. Uczestnicy szkolenia podążają, korzystając ze swoich komputerów, za wskazówkami prowadzącego. Trener prezentuje zasady bezpiecznego korzystania z bankowości elektronicznej, w tym - pishing. *Metoda- studium przypadku*. Po zapoznaniu funkcjonalności portalu wykonują ćwiczenie. Uczestnicy, korzystając z wyszukiwarki, otwierają stronę https://planet.bgzbnpparibas.pl -Filmy edukacyjne (DEMO) na stronie banku BGŻ BNP Paribas

##### płatności

##### przelew krajowy

##### przelew z rachunku

##### mój

##### wprowadź dane

##### wyślij

Płatności elektroniczne

* Pay Pal
* Przelewy 24
* Goolge Pay

## Temat 11.

Reagowanie na naruszenie własnych praw autorskich.

 (25 minut + 10 minut dyskusja). Trener w formie prezentacji przedstawi uczestnikom szkolenia najważniejsze zagadnienia dotyczące prawa autorskiego uczestnicy utrwalą wiedzę dzięki dyskusji dotyczącej łamania prawa autorskiego

1. Domena publiczna - omówienie zagadnienia
2. Dozwolony użytek- omówienie zagadnienia
3. Plagiat - omówienie zagadnienia z wykorzystaniem www.prawoautorskie.gov.pl/
4. Konsekwencje złamania prawa autorskiego - omówienie zagadnienia
5. Instytucje/punkty informacyjne - omówienie zagadnienia

 6. Dyskusja - Czy konsekwencje złamania prawa autorskiego są za mało czy zbyt rygorystyczne.

## Temat 12.

Rozumienie zjawisk i zagadnień dotyczących tzw. fake news, hate, ochrony wizerunku osób oraz prawa autorskiego, trolling.

(25 minut) wykład, ćwiczenia, dyskusja. Trener przeprowadzi wykład prezentując niebezpieczne zjawiska, uczestnicy po wysłuchaniu wykładu wezmą udział w dyskusji dotyczącej rozwiązywania omówionych problemów.

1. Hejt i mowa nienawiści.
2. Trolling
3. Fake news
4. Ochrona wizerunku i ochrona prawa autorskiego
5. Dyskusja - czy kampanie społeczne mogą rozwiązać problem

## Temat 13.

Ochrona komputera i innych urządzeń przed złośliwym oprogramowaniem

 (15 minut + 5 minut na ćwiczenie ) Trener w formie prezentacji dobrych praktyk przedstawi grupie programy i aplikacje służące ochronie komputera. Grupa wykorzystując sprzęt komputerowy wykona ćwiczenie.

1. Zabezpieczenie komputerów osobistych
2. Rozwiązania zwiększające bezpieczeństwo sieci:
	1. Zapory sieciowe (firewall) -
	2. Systemy antywirusowe
	3. Systemy antyspamowe
	4. Silne uwierzytelnianie użytkowników
	5. Sieciowe systemy DLP
	6. Systemy filtrowania treści WWW
3. Urządzenia wyspecjalizowane w oczyszczaniu komputerów
4. Urządzenia do zaawansowanego skanowania i naprawiania, np Malwarebytes
5. Systemy zwiększające bezpieczeństwo w rozbudowanych sieciach firmowych

## Temat 14.

Przykłady przydatnych aplikacji do wykorzystania (np. do zarządzania informacjami o klientach, dostawcach): jak i gdzie ich szukać, jak instalować, jak i do czego używać, na co uważać i na co zwracać szczególną uwagę (pod kątem bezpieczeństwa).

1. Czym jest CRM?
2. Sprzedaż ↔ marketing ↔ serwis
3. Jakie cechy powinien posiadać CRM
4. Elastyczność systemu, czyli możliwość dopasowania go do swoich potrzeb
5. Obsługa procesów sprzedażowych
6. Wspólna baza wiedzy
7. Obsługa zadań i zdarzeń oraz przypomnień
8. Zarządzanie uprawnieniami
9. Integracja z innymi systemami
10. Elastyczny pulpit pracy
11. Katalogi produktów
12. Tworzenie dokumentów ofertowych
13. Komunikator wewnętrzny
14. Wysyłka wiadomości e-mail
15. Zakup oprogramowania
16. Sposoby korzystania z oprogramowania
17. Oprogramowanie Software as a Service (SaaS),
18. Zakup licencji
19. Zakup oprogramowania według zasad zbliżonych do zakupu innych typów oprogramowania
20. Wyszukanie produktu - z polecenia lub w internecie
21. Zapoznanie się z referencjami, z opiniami użytkowników
22. Porównanie wielu dostawców i cen
23. Skorzystanie z prezentacji oprogramowania i demo
24. Precyzyjna umowa wdrożeniowa/licencyjna/hostingowa

##

## Temat 15.

Rodzaje licencji (licencje otwarte, komercyjne) na których mogą być udostępnione treści i oprogramowanie.

1. Licencje oprogramowania: BOX, OEM, Shareware, Adware,Trial, Freeware, GPL, Abandonware
2. Licencje udostępniania: Uznanie autorstwa (ang. Attribution, BY), Użycie niekomercyjne (ang. Noncommercial, NC), Bez utworów zależnych (ang. No Derivative Works, ND), Na tych samych warunkach (ang. Share Alike, SA), sześć możliwych kombinacji warunków; licencje dodatkowe, np. Sampling – warunek Creative Commons
3. Domena publiczna
4. Dozwolony użytek
5. Umowa przenoszącą autorskie prawa majątkowe.

# Zakończenie szkolenia