

муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Школа № 70 имени Героя Советского Союза А.В. Мельникова»
городского округа Самара

РАССМОТРЕНО

На методическом
объединении учителей
гуманитарных наук

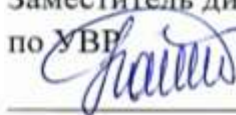


Козырева И.Е.

Протокол №1
от «31» августа 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора
по УВР



Панихина Т.П.

УТВЕРЖДЕНО

Директор



Косилова Е.В.

Приказ №282/01-02
от «31» августа 2023 г.

Элективный курс
«Основы предпринимательства и маркетинга»
для учащихся 10-11 классов

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа (далее – Программа) разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования к результатам освоения основной образовательной программы среднего общего образования предметной области «Общественные науки».

Программа включает пояснительную записку, в которой раскрываются цели изучения основ предпринимательства, даётся общая характеристика курса, определяется место учебного курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в учебном плане, раскрываются основные подходы к отбору содержания курса, характеризуются его основные содержательные линии.

Программа устанавливает требования к результатам освоения основной образовательной программы среднего общего образования на личностном, метапредметном и предметном уровнях, примерное содержание учебного курса «Основы предпринимательства и маркетинг».

Программа определяет содержание учебного курса, основные методические подходы к обучению, воспитанию и развитию у обучающихся компетенций предпринимательской грамотности.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цели и задачи изучения учебного курса «Основы предпринимательства и маркетинг»

Курс «Основы предпринимательства и маркетинг» является одним из основополагающих в системе экономического образования обучающихся. Для гражданина России экономические знания играют особую роль, что обусловлено длительной историей формирования Российского государства, размерами и географическим положением его территории, природным, этническим и историко-культурным разнообразием, а также традиционносложившейся ориентацией экономики.

Экономическая информация является необходимой базой для выявления и решения проблем, возникающих в процессе взаимодействия человечества с окружающей средой. Качественная система экономического образования и просвещения необходима любому государству, стремящемуся к интенсивному развитию национальной науки, культуры, экономики и к достойной роли в мировой политике и экономике. Такая система призвана обеспечивать:

- подготовку грамотных специалистов не только в области экономических наук, но и в сферах государственного и муниципального управления, обороны и безопасности, территориального планирования, рационального природопользования, инженерии, международных отношений, журналистики, туризма, экологии и др.
- должный уровень образования и воспитания молодёжи, формирование у неё понятий гражданственности, патриотизма, внимания к национальным истокам и интересам, социальной ответственности, экономической грамотности, предпринимательской культуры.

Школьное образование является базисным для всей системы экономического образования. Преподавание курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в школе должно основываться на формировании яркой и образной картины мира, не привязанной к заучиванию значительных массивов статистических данных и номенклатуры, а также на получении практических навыков использования экономической информации.

Глобальные цели экономического образования являются общими для основной и средней школы и определяются социальными требованиями, в том числе изменением

социальной ситуации развития – ростом информационных потоков, изменением характера и способов общения и социальных взаимодействий.

Помимо этого, глобальные цели формулируются с учётом рассмотрения экономического образования как компонента системы образования в целом, поэтому они являются наиболее общими и социально значимыми.

С учётом вышеназванных подходов глобальными целями курса «Основы предпринимательства и маркетинг» являются:

- социализация обучающихся в процессе вхождения в мир культуры и социальных отношений, обеспечивающая включение обучающихся в ту или иную группу или общность – носителя её норм, ценностей, ориентаций, осваиваемых в процессе знакомства с природой, населением и хозяйством;
- приобщение к познавательной культуре как системе научных ценностей, накопленных обществом в сфере экономической науки.

Помимо этого, изучение курса «Основы предпринимательства и маркетинг» призвано обеспечить:

- ориентацию в системе моральных норм и ценностей: признание высокой значимости жизни во всех её проявлениях, здоровья своего и других людей;
- экономическое самосознание;
- развитие познавательных мотивов, направленных на получение нового знания; познавательных качеств личности, связанных с усвоением основ научных знаний, овладением методами исследования природы, населения и хозяйства, формированием интеллектуальных умений;
- овладение ключевыми компетентностями: учебно-познавательными, информационными, ценностно-смысловыми, коммуникативными;
- формирование у обучающихся познавательной культуры, осваиваемой в процессе учебной деятельности, и эстетической культуры как способности к эмоционально-ценностному отношению к объектам природы и хозяйства.

Изучение курса «Основы предпринимательства и маркетинг» помогает понимать исторические и современные социально-экономические процессы и вносит вклад в формирование компетенций, необходимых современному человеку для продолжения образования, а также в освоение навыков для будущей работы в экономической сфере (при дальнейшем изучении экономики в целом на углублённом уровне).

Изучение курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в средней школе должно:

- использовать потенциал курса «Основы предпринимательства и маркетинг» как яркого, увлекательного, образного инструмента, позволяющего преподнести информацию

максимально доступными для восприятия современными средствами: статистическими (в том числе моделирование), иллюстративными (включая видео, компьютерную графику) и др.;

- воспитывать чувства патриотизма, гражданского долга, глубокого понимания национальной и государственной специфики;
- предоставлять каждому обучающемуся возможность достижения высокого уровня предпринимательской культуры и экономических знаний, необходимых для дальнейшей успешной жизни в обществе, в том числе для решения практических задач;
- обеспечивать соответствие содержания курса, учебно-методических материалов, технологии и методики преподавания возрастным особенностям, потребностям и интересам обучающихся;
- вестись по учебникам нового поколения, ориентированным на оптимальное сочетание обязательного и вариативного компонентов образовательных программ,

направленным на достижение конкретных результатов учебной деятельности, в том числе посредством развития навыков самостоятельной творческой работы обучающихся, ориентации на формирование умения учиться;

- реализовываться посредством дополнительных учебных материалов, электронных и печатных: хрестоматий, статистических сборников, словарей экономических терминов, справочников и др.;
- предоставлять каждому обучающемуся, независимо от места и условий его проживания, возможность достижения любого уровня экономической подготовки с учётом индивидуальных потребностей и способностей посредством создания, развития и внедрения в образовательную практику электронных учебных пособий и использования дистанционных образовательных технологий.

Основные цели изучения курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в школе:

- развитие типа личности предпринимателя в широком контексте, формирование эффективного предпринимательского поведения;
- развитие системного представления о законах производства, обмена и распределения материальных благ в условиях рынка;
- ознакомление с организационно-правовыми формами предпринимательства;
- формирование моделей предпринимательского мышления;
- познание на конкретных примерах многообразия современного экономического пространства на разных его уровнях (от локального до глобального), что позволяет сформировать экономическую картину мира;
- познание характера, сущности и динамики главных природных, социально-экономических, социальных, геополитических и иных процессов, происходящих в экономическом пространстве России и мира;
- понимание главных особенностей взаимодействия природы и общества на современном этапе его развития, значения охраны окружающей среды, рационального природопользования и осуществление стратегии устойчивого развития в масштабах России и мира;
- понимание закономерностей размещения населения и территориальной организации хозяйства в связи с природными, социально-экономическими и экологическими факторами, зависимости проблем адаптации и здоровья человека от экономических условий деятельности;
- глубокое и всестороннее изучение экономики России, включая её геоэкономическое положение, природу, население, хозяйство, регионы, особенности природопользования в их взаимозависимости.

Задачами реализации учебного курса «Основы предпринимательства и маркетинг» на базовом уровне среднего общего образования являются:

- формирование реалистичного понимания содержания предпринимательского труда;
- становление восприятия предпринимательства как востребованной и уважаемой профессии;
- выработка отношения к успешным предпринимателям, как к людям, сделавшим карьеру за счёт собственного труда, создавшим свои истории успеха и ставшим примером для подражания и для последовательного вовлечения школьников в профессиональное предпринимательство;
- понимание сущности экономических институтов, их роли в социально-экономическом развитии общества; понимание значения этических норм и нравственных ценностей в экономической деятельности отдельных людей и общества; формирование уважительного отношения к чужой собственности;

- формирование системы знаний об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, семей, отдельных предприятий и государства;
- формирование экономического мышления: умения принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;
- овладение навыками поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая сеть Интернет; умение различать факты, аргументы и оценочные суждения; анализировать, преобразовывать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в учебной деятельности и реальной жизни;
- формирование навыков проектной деятельности: умения разрабатывать и реализовывать проекты экономической и междисциплинарной направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров;
- умение применять полученные знания и сформированные навыки для эффективного исполнения основных социально-экономических ролей (потребителя, производителя, покупателя, продавца, заёмщика, акционера, наёмного работника, работодателя, налогоплательщика);
- способность к личностному самоопределению и самореализации в экономической деятельности, в том числе в области предпринимательства; знание особенностей современного рынка труда, владение этикой трудовых отношений;
- понимание места и роли России в современной мировой экономике; умение ориентироваться в текущих экономических событиях в России и мире.

Основой современной системы преподавания курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в школе являются методики и приёмы формирования и поддержания высокой учебной мотивации обучающихся к учению с учётом развития современных информационно-коммуникационных технологий. Используемые практико-ориентированные технологии (в том числе базовые для экономики геоинформационные и дистанционные), основанные на проектно-исследовательской, игровой, коммуникативной, самостоятельной деятельности, позволяющие обучить ключевым умениям и навыкам, таким как проведение практикумов, многофакторного анализа, выявление причинно-следственных связей, прогнозирование, создание моделей развития территории, природопользования, «зелёной экономики» позволят достичь как глобальных целей экономического образования, так и частных. Этот процесс основан на раскрытии идеи развития индивидуальности, творческой инициативы, опыта обучающихся средствами экономики в целом и курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в частности.

Достижение какого-либо из уровней подготовки не должно препятствовать индивидуализации обучения и закрывать возможности продолжения образования на более высоком уровне или изменения профиля.

Общая характеристика курса «Основы предпринимательства и маркетинг»

Программа по курсу «Основы предпринимательства и маркетинг» для 10–11 классов общеобразовательных организаций подготовлена в соответствии с требованиями ФГОС СОО.

Содержание среднего общего образования отражает комплексный подход к изучению экономической среды в целом и её пространственной дифференциации в условиях разных территорий.

В основу содержания учебного курса положено изучение влияния экономической

среды на жизнь и деятельность человека и общества. Изучение основ предпринимательства в школе позволяет сформировать комплексное, системное и социально ориентированное представление об обществе, являющееся одной из основ практической повседневной жизни. Кроме того, курс знакомит обучающихся с экономическими понятиями, с комплексом знаний по экономике, минимально необходимых современному человеку России.

Содержание экономического образования в средней школе формирует у школьников знания основ экономического пространства на местном, региональном и глобальном уровнях, а также умения правильно ориентироваться в них.

Педагогический синтез макро и микроэкономических основ курса «Основы предпринимательства и маркетинг» позволяет организовать деятельность обучающихся по освоению, изменению и преобразованию окружающей среды на основе идеи разумного, гармонического взаимодействия природы и общества, социальной ответственности каждого человека за сохранение жизни, в то же время формирует бережное отношение к природным богатствам, истории и культуре своего Отечества.

Курс «Основы предпринимательства и маркетинг» на ступени среднего общего образования направлен на формирование у обучающихся представлений о специфике организации системы хозяйствования на различных уровнях. Отбор содержания проведён с учётом культуросообразного подхода, в соответствии с которым обучающиеся должны освоить содержание, значимое для формирования познавательной, нравственной и эстетической культуры, сохранения окружающей среды и собственного здоровья для повседневной жизни и практической деятельности. Программа по курсу строится с учётом следующих содержательных линий:

- общее представление о предпринимательстве;
- требования, предъявляемые к предпринимателю на современном этапе развития общества;
- маркетинг;
- управление и планирование бизнесом.

Содержание курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в 10–11 классах структурировано по шести темам: «Что такое предпринимательство», «Каким должен быть предприниматель», «Как стать предпринимателем», «Маркетинг», «Как управлять бизнесом», «Бизнес-планирование», рассчитанным на 34 часа изучения.

Место учебного курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в учебном плане

Курс ориентирован на учебный план, согласно которому преподавание ведётся:

- 1 час в неделю, 34 часа в год, в 10 и 11 классе;
- Важнейшей особенностью экономического образования является система мероприятий и проектов, реализуемых общественными организациями, такими как Всероссийское движение школьников, общество «Знание» и др.

Главное место среди форм обучения должно быть отведено дистанционному экономическому образованию, интерактивным экспозициям, экономическим проектам в сети Интернет.

Новые формы образования должны сопровождаться воссозданием наиболее действенных из традиционных форм работы со школьниками – проведением экскурсий и

диспутов, организацией слётов и соревнований, развитием и поддержкой олимпиадного движения, проведением интеллектуальных турниров, квестов и дискуссионных клубов. Данные формы деятельности определяются возможностями образовательной организации. Содержание курса «Основы предпринимательства и маркетинг» в средней школе является базой для изучения общих экономических закономерностей, законов, теорий в высшей школе. Таким образом, курс «Основы предпринимательства и маркетинг» в средней школе – это важное звено в системе непрерывного экономического образования. Он является основой для последующей профессиональной ориентации обучающихся.

Личностные, метапредметные и предметные результаты освоения курса «Основы предпринимательства и маркетинг»

Личностные результаты

Личностные результаты в сфере отношений обучающихся к себе, к своему здоровью, к познанию себя:

- ориентация обучающихся на достижение личного счастья, реализацию позитивных жизненных перспектив, инициативность, креативность, готовность и способность к личностному самоопределению, способность ставить цели и строить жизненные планы;
- готовность и способность обеспечить себе и своим близким достойную жизнь в процессе самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- готовность и способность обучающихся к отстаиванию личного достоинства, собственного мнения, готовность и способность вырабатывать собственную позицию по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны;
- готовность и способность обучающихся к саморазвитию и самовоспитанию в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества, потребность в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью;
- принятие и реализация ценностей здорового и безопасного образа жизни, бережное, ответственное и компетентное отношение к собственному физическому и психологическому здоровью;
- неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков.

Личностные результаты в сфере отношений обучающихся к России как к Родине (Отечеству):

- российская идентичность, способность к осознанию российской идентичности в поликультурном социуме, чувство причастности к историко-культурной общности русского народа и судьбе России, патриотизм, готовность к служению Отечеству, его защите;
- уважение к своему народу, чувство ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, прошлое и настоящее многонационального народа России, уважение к государственным символам (герб, флаг, гимн);
- формирование уважения к русскому языку как государственному языку Российской Федерации, являющемуся основой российской идентичности и главным фактором национального самоопределения;
- воспитание уважения к культуре, языкам, традициям и обычаям народов, проживающих в Российской Федерации.

Личностные результаты в сфере отношений обучающихся к закону, государству и гражданскому обществу:

- гражданственность, гражданская позиция активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности, готового к участию в общественной жизни;
- признание неотчуждаемости основных прав и свобод человека, которые принадлежат каждому от рождения, готовность к осуществлению собственных прав и свобод без нарушения прав и свобод других лиц, готовность отстаивать собственные права и свободы человека и гражданина согласно общепризнанным принципам и нормам международного права и в соответствии с Конституцией Российской Федерации, правовая и политическая грамотность;
- мировоззрение, соответствующее современному уровню развития науки и общественной практики, основанное на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;
- интериоризация ценностей демократии и социальной солидарности, готовность к договорному регулированию отношений в группе или социальной организации;
- готовность обучающихся к конструктивному участию в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах общественной самоорганизации, самоуправления, общественно значимой деятельности;
- приверженность идеям интернационализма, дружбы, равенства, взаимопомощи народов; воспитание уважительного отношения к национальному достоинству людей, их чувствам, религиозным убеждениям;
- готовность обучающихся противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии; коррупции; дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам и другим негативным социальным явлениям.

Личностные результаты в сфере отношений обучающихся с окружающими людьми:

- нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей, толерантного сознания и поведения в поликультурном мире, готовности и способности вести диалог с другими людьми, достигать в нём взаимопонимание, находить общие цели и сотрудничать для их достижения;
- принятие гуманистических ценностей, осознанное, уважительное и доброжелательное отношение к другому человеку, его мнению, мировоззрению;
- способность к сопереживанию и формирование позитивного отношения к людям, в том числе к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам; бережное, ответственное и компетентное отношение к физическому и психологическому здоровью других людей, умение оказывать первую помощь;
- формирование выраженной в поведении нравственной позиции, в том числе способности к сознательному выбору добра, нравственного сознания и поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей и нравственных чувств (чести, долга, справедливости, милосердия и дружелюбия);
- развитие компетенций сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-

исследовательской, проектной и других видах деятельности.

Личностные результаты в сфере отношений обучающихся к окружающему миру, живой природе, художественной культуре:

- мировоззрение, соответствующее современному уровню развития науки, значимости науки, готовность к научно-техническому творчеству, владение достоверной информацией о передовых достижениях и открытиях мировой и отечественной науки, заинтересованность в научных знаниях об устройстве мира и общества;
- готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- экологическая культура, бережное отношение к родной земле, природным богатствам России и мира; понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды, ответственность за состояние природных ресурсов; умения и навыки разумного природопользования, нетерпимое отношение к действиям, приносящим вред экологии; приобретение опыта эколого-направленной деятельности;
- эстетическое отношение к миру, готовность к эстетическому обустройству собственного быта.

Личностные результаты в сфере отношений обучающихся к семье и родителям, в том числе подготовка к семейной жизни:

- ответственное отношение к созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни;
- положительный образ семьи, родительства (отцовства и материнства), интериоризация традиционных семейных ценностей.

Личностные результаты в сфере отношения обучающихся к труду, в сфере социально-экономических отношений:

- уважение ко всем формам собственности, готовность к защите своей собственности;
- осознанный выбор будущей профессии как путь и способ реализации собственных жизненных планов;
- готовность обучающихся к трудовой профессиональной деятельности как к возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;
- потребность трудиться, уважение к труду и людям труда, трудовым достижениям, добросовестное, ответственное и творческое отношение к разным видам трудовой деятельности;
- готовность к самообслуживанию, включая обучение и выполнение домашних обязанностей.

Личностные результаты в сфере физического, психологического, социального и академического благополучия обучающихся:

- физическое, эмоционально-психологическое, социальное благополучие обучающихся в жизни образовательной организации, ощущение детьми безопасности и психологического комфорта, информационной безопасности.

Метапредметные результаты

Метапредметные результаты освоения основной образовательной программы

представлены тремя группами универсальных учебных действий (УУД).

Регулятивные УУД

Выпускник научится:

- самостоятельно определять цели, задавать параметры и критерии, по которым можно определить, что цель достигнута;
- оценивать возможные последствия достижения поставленной цели в деятельности, собственной жизни и жизни окружающих людей, основываясь на соображениях этики и морали;
- ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;
- оценивать ресурсы, в том числе время и другие нематериальные ресурсы, необходимые для достижения поставленной цели;
- выбирать путь достижения цели, планировать решение поставленных задач, оптимизируя материальные и нематериальные затраты;
- организовывать эффективный поиск ресурсов, необходимых для достижения поставленной цели;
- сопоставлять полученный результат деятельности с поставленной заранее целью.

Познавательные УУД

Выпускник научится:

- искать и находить обобщённые способы решения задач, в том числе, осуществлять развёрнутый информационный поиск и ставить на его основе новые (учебные и познавательные) задачи;
- критически оценивать и интерпретировать информацию с разных позиций, распознавать и фиксировать противоречия в информационных источниках;
- использовать различные модельно-схематические средства для представления существенных связей и отношений, а также противоречий, выявленных в информационных источниках;
- находить и приводить критические аргументы в отношении действий и суждений другого; спокойно и разумно относиться к критическим замечаниям в отношении собственного суждения, рассматривать их как ресурс собственного развития;
- выходить за рамки учебного предмета и осуществлять целенаправленный поиск возможностей для широкого переноса средств и способов действия;
- выстраивать индивидуальную образовательную траекторию, учитывая ограничения со стороны других участников и ресурсные ограничения;
- менять и удерживать разные позиции в познавательной деятельности.

Коммуникативные УУД

Выпускник научится:

- осуществлять деловую коммуникацию как со сверстниками, так и со взрослыми (как внутри образовательной организации, так и за её пределами), подбирать партнёров для деловой коммуникации исходя из соображений результативности взаимодействия, а не личных симпатий;
- при осуществлении групповой работы быть как руководителем, так и членом команды в разных ролях (генератор идей, критик, исполнитель, выступающий, эксперт и т.д.);
- координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и

комбинированного взаимодействия;

- развёрнуто, логично и точно излагать свою точку зрения с использованием адекватных (устных и письменных) языковых средств;
- распознавать конфликтогенные ситуации и предотвращать конфликты до их активной фазы, выстраивать деловую и образовательную коммуникацию, избегая личностных оценочных суждений.

Предметные результаты

Группа результатов «Выпускник научится» представляет собой результаты, достижение которых обеспечивается учителем в отношении всех обучающихся, выбравших данный уровень обучения. Группа результатов «*Выпускник получит возможность научиться*» обеспечивается учителем в отношении части наиболее мотивированных и способных обучающихся, выбравших данный уровень обучения. При контроле качества образования группа заданий, ориентированных на оценку достижения планируемых результатов из блока «*Выпускник получит возможность научиться*», может включаться в материалы блока «Выпускник научится». Это позволит предоставить возможность обучающимся продемонстрировать овладение качественно иным уровнем достижений и выявлять динамику роста численности наиболее подготовленных обучающихся.

Особенностью результатов базового уровня является их целевая направленность. Результаты базового уровня ориентированы на общую функциональную грамотность, получение компетентностей для повседневной жизни и общего развития. Эта группа результатов предполагает:

- понимание предмета, ключевых вопросов и основных составляющих элементов изучаемой предметной области, что обеспечивается не за счёт заучивания определений и правил, а посредством моделирования и постановки проблемных вопросов культуры, характерных для данной предметной области;
- умение решать основные практические задачи, характерные для использования методов и инструментария данной предметной области;
- осознание рамок изучаемой предметной области, ограниченности методов и инструментов, типичных связей с некоторыми другими областями знания.

В результате изучения учебного курса «Основы предпринимательства и маркетинг» на уровне среднего общего образования

Выпускник на базовом уровне научится:

- анализировать политику государства в отношении предпринимательства;
- формулировать собственную позицию по отношению к политике государства в области предпринимательства;
- вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы;
- определять степень влияния социально-экономических условий на предпринимательскую деятельность;
- использовать навыки формирования бизнес-моделей с учётом степени влияния социально-экономических условий;
- определять содержание и сущность предпринимательской деятельности, её виды и формы;
- владеть основам формирования культуры предпринимательства;

- уметь определять принципы делового этического поведения предпринимателя;
- уметь выделять принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности и самоорганизации человека в конкретной деловой среде;
- объяснять изученные положения на рассматриваемых конкретных примерах (бизнес-кейсы);
- решать практические задачи, отражающие типичные экономические ситуации;
- владеть основными формами сотрудничества;
- использовать категории для оценки предпринимательской деятельности;
- оценивать новые рыночные возможности в соответствии с целями и ресурсами предприятия;
- определять сущность, виды и принципы формирования организационно-правовых форм субъектов предпринимательства;
- применять на практике принципы бизнес-планирования и бизнес-проектирования;
- использовать основные подходы к принятию предпринимательских решений;
- проводить анализ эффективности предпринимательской деятельности;
- систематизировать и обобщать информацию по отдельным вопросам предпринимательской деятельности;
- формулировать банк предпринимательских идей;
- проводить маркетинговое исследование, разрабатывать план маркетинга;
- составлять бизнес-план;
- анализировать и синтезировать информацию;
- работать над проектом;
- готовить презентации;
- знать коммерческо-деловую терминологию, отвечающую современным нормам предпринимательства;
- владеть информацией об основах законодательства (гражданского, трудового, налогового и др.), регламентирующего предпринимательскую деятельность;
- анализировать ситуации повседневной деловой жизни;
- добиваться эффективных результатов предпринимательской деятельности на основе деловой активности.

Выпускник на базовом уровне получит возможность научиться:

- *анализировать существующие рыночные возможности;*
- *использовать необходимую информацию о правовых и экономических аспектах создания собственного предприятия;*
- *научится избегать возможные проблемы на разных этапах предпринимательской деятельности;*
- *определять свои возможности в предпринимательской деятельности;*
- *использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела;*
- *ориентироваться в рыночной конъюнктуре и своевременно изменять направления своего предпринимательства;*
- *осуществлять поиск необходимых инструментов для анализа предпринимательской деятельности;*
- *владеть навыками самостоятельной творческой работы;*

- *определять и реализовывать на практике предрасположенность к ведению предпринимательской деятельности;*
- *строить экономические модели;*
- *оценивать возможность применения полученных знаний для определения экономически рационального поведения и порядка действий в конкретных ситуациях;*
- *использовать методику определения рыночных возможностей в соответствии с целями и ресурсами предприятия;*
- *применять технологию координации предпринимательской деятельности с учётом изменений социально-экономических условий её осуществления;*
- *применять методы анализа предпринимательской деятельности;*
- *использовать методику отбора и принятия оптимальных экономических решений, адекватных целям деятельности субъектов предпринимательства, а также этике и личным качествам участников предпринимательства;*
- *использовать методику составления бизнес-плана;*
- *создавать предпринимательскую структуру и организовывать её деятельность;*
- *рассчитывать основные предпринимательские показатели: точка безубыточности, прибыль, себестоимость, рентабельность, издержки, производительность;*
- *планировать профессиональную карьеру;*
- *рационально выбирать образовательную траекторию или вариант трудоустройства;*
- *оценивать собственные возможности и потенциал своей семьи для реализации предпринимательской деятельности;*
- *моделировать экономические ситуации;*
- *выдвигать и генерировать предпринимательские идеи.*

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МАРКЕТИНГ».

10-11 КЛАССЫ. 34 часа

Тема 1. Что такое предпринимательство (4 часа)

Содержание темы

История развития предпринимательства в России. Первые предприниматели России. Развитие предприятия при правлении Петра I и Екатерины II. Содержание предпринимательской деятельности. Признаки классификации предпринимательской деятельности. Виды предпринимательства по форме собственности. Важность предпринимательства в обществе.

Тема 2. Каким должен быть предприниматель (4 часа)

Содержание темы

Личностные качества предпринимателя. Ключевые способности. Навыки технической и управленческой природы. Важные предпринимательские качества. Типы предпринимателей. Имидж делового человека. Компоненты имиджа делового человека.

Ключевые факторы, влияющие на производимое положительное впечатление на окружающих. Требования, предъявляемые к тактике делового общения. Этапы делового общения. Важные моменты этикета делового общения.

Тема 3. Как стать предпринимателем (4 часа)

Содержание темы

Сфера и вид предпринимательской деятельности. Признаки классификации предпринимательской деятельности. Основные сферы бизнеса. Вид бизнеса. Бизнес-единица. Виды предпринимательства: торговое, производственное, информационное, технологическое и т.д. Эффективность предпринимательской деятельности. Организационно-правовая форма предпринимательства. Основные элементы деятельности предпринимательской структуры, влияющие на выбор организационно-правовой формы. Порядок регистрации ИП. Алгоритм открытия ООО. Учреждение и прекращение бизнеса. Законодательная база в сфере предпринимательской деятельности.

Тема 4. Маркетинг (10 часов)

Содержание темы

Маркетинг как система целенаправленных действий. Четыре основных составляющих маркетинга. Определение продукта. Создание жизнеспособных продуктов. Алгоритм исследования рынка для производства новых товаров. Определение цены. Расчёт цены. Зависимость суммарной прибыли от объёмов реализации. Требования к установлению цены. Условия предоставления скидки. Определение места. Условия подбора местонахождения предприятия. Типы распределения товаров среди клиентов. Определение продвижения. Пути обеспечения хорошей рекламы. Примеры умелого расположения товаров. Идеи для стимулирования продвижения товара. Организация стимулирования продаж. Особенности потребителей.

Тема 5. Как управлять бизнесом (8 часов)

Содержание темы

Организуй себя. Способы повышения эффективности использования времени. Управляй людьми. Основные факторы, которые влияют на возможную высокую текучесть кадров. Бизнес-коммуникации. Источники пополнения кадров предприятия. Этапы процедуры отбора работника. Четыре основных правила ориентации работника. Шесть факторов подготовки нового работника к ориентации. Найди партнёров. Пути определения потенциальных поставщиков. Важные вопросы при заказе товара. Знай конкурентов. Действия в конкурентной среде. Действия по выполнению обязательств перед окружением. Привлечение инвестиций. Развитие бизнеса.

Тема 6. Бизнес-планирование (4 часа)

Содержание темы

Структура бизнес-плана. Генерация бизнес-идей. Бизнес-модель. Бизнес-процесс. Стартап. Разработка карт стартапов, предстартовых бизнес-моделей, прототипирования. Прототипирование. Построение финансовых моделей. Анализ бизнес-плана.

Резерв времени: 1 час.

ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МАРКЕТИНГ»

Оснащение образовательного процесса должно обеспечивать возможность:

- достижения планируемых результатов освоения и изучения курса «Основы предпринимательства и маркетинг»;
- удовлетворения познавательных интересов, самореализации обучающихся через организацию урочной и внеурочной деятельности;
- овладения обучающимися ключевыми компетенциями, составляющими основу дальнейшего успешного образования и ориентации в мире профессий;
- индивидуализации процесса образования посредством проектирования и реализации индивидуальных образовательных планов обучающихся, обеспечения их эффективной самостоятельной работы;
- формирования у обучающихся опыта самостоятельной проектно--исследовательской деятельности;
- проведения наблюдений и экспериментов с использованием лабораторного оборудования, виртуальных лабораторий, вещественных и виртуальных моделей и коллекций;
- проектирования и конструирования, программирования;
- создания обучающимися материальных и информационных объектов.

**КАЛЕНДАРНО - ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
ПО КУРСУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
И МАРКЕТИНГ»**

| № урока / занятия п/п | Тема | Количество часов |
|---|---|-------------------------|
| Тема 1. Что такое предпринимательство (4 часа) | | |
| 1 | История развития предпринимательства в России | 2 |
| 2 | История развития предпринимательства в России | |
| 3 | Содержание предпринимательской деятельности | 2 |
| 4 | Содержание предпринимательской деятельности | |
| Тема 2. Каким должен быть предприниматель (4 часа) | | |
| 5 | Личностные качества предпринимателя | 2 |
| 6 | Личностные качества предпринимателя | |
| 7 | Имидж делового человека Контрольная работа | 2 |
| 8 | Имидж делового человека | |
| Тема 3. Как стать предпринимателем (4 часа) | | |
| 9 | Сфера и вид предпринимательской деятельности | 2 |
| 10 | Сфера и вид предпринимательской деятельности | |
| 11 | Организационно-правовые формы предпринимательства | 2 |
| 12 | Организационно-правовые формы предпринимательства | |
| Тема 4. Маркетинг (10 часов) | | |
| 13 | Маркетинг как система целенаправленных действий | 2 |
| 14 | Маркетинг как система целенаправленных действий | |
| 15 | Определение продукта | 2 |
| 16 | Определение продукта | |
| 17 | Определение цены | 2 |
| 18 | Определение цены | |
| 19 | Определение места | 2 |
| 20 | Определение места | |
| 21 | Определение продвижения | 2 |
| 22 | Определение продвижения | |
| Тема 5. Как управлять бизнесом (8 часов) | | |
| 23 | Организуй себя | 2 |
| 24 | Организуй себя | |
| 25 | Управляй людьми | 2 |
| 26 | Управляй людьми | |
| 27 | Найди партнёров | 2 |
| 28 | Найди партнёров | |

| | | | |
|---|--|------------------------|---|
| 29 | | Знай конкурентов | 2 |
| 30 | | Знай конкурентов | |
| Тема 6. Бизнес-планирование (4 часа) | | | |
| 31 | | Структура бизнес-плана | 2 |
| 32 | | Структура бизнес-плана | |
| 33 | | Анализ бизнес-плана | 1 |
| 34 | | итоговое занятие | 1 |