



№ 09 2021ж



Календарно – тематическое планирование
по предмету
«Основы
Предпринимательства и бизнеса»

Учитель:

Бектольд М.А.

Зерендинский район
села Айдабол

Пояснительная записка

Учебная программа для учащихся 10 классов

Настоящая учебная типовая программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования Республики Казахстан от 31 октября 2018г. №604/Об утверждении государственных общеобразовательных стандартов образования всех уровней образования

Главная цель курса «Основы предпринимательства» — сформировать у старшеклассников положительное отношение к предпринимательству, заложить первоначальные знания и умения по предпринимательству как одной из важных сфер человеческой деятельности; развивать потребность в инновационной деятельности по производству товаров и услуг.

Цели изучения курса:

- 1) формировать научное мировоззрение, способствующее осознанию возможностей человека и его места в новых социально-экономических условиях;
- 2) формировать у старшеклассников знания о предпринимательстве как важнейшей сфере человеческой деятельности;
- 3) развивать экономическую, технологическую и правовую культуру;
- 4) воспитывать творческую, конкурентоспособную личность, обладающую такими качествами, как самостоятельность, предприимчивость, деловитость, ответственность, расчет риска при принятии решений, эффективные действия в условиях конкуренции;
- 5) развивать предпринимательскую инициативу старшеклассников, их потенциальные возможности и способности в сфере экономики и предпринимательства Казахстана, в том числе способности к самообразованию и саморазвитию;
- 6) решать задачи профессиональной ориентации школьников и самоопределения личности с учетом профессиональных предпочтений.

Задачи изучения курса:

- 1) усвоение базовых понятий и терминов курса, используемых для описания процессов и явлений, происходящих в сфере предпринимательской деятельности, для интерпретации экономических данных и информации;
- 2) формирование функциональной экономической грамотности, позволяющей анализировать проблемы и происходящие изменения в сфере экономики и предпринимательства, вырабатывать на этой основе

аргументированные суждения, умения оценивать возможные последствия принимаемых решений;

)- развитие навыков принятия самостоятельных экономических обоснованных решений;

)- освоение технологии создания собственного дела, определение

наиболее выгодных сфер бизнеса, планирования предпринимательской деятельности и составления бизнес-плана;

)- выработка навыков проведения исследований экономических явлений в сфере предпринимательства: анализ, синтез, обобщение экономической информации, прогнозирование развития явления и поведения людей и предпринимательских фирм, сопровождающееся графической интерпретацией и их критическим рассмотрением;

)- формирование информационной культуры школьников, умение работать с информацией и работать с ней на различных носителях, понимание роли информации в деятельности предпринимателя.

)- рабочая программа рассчитана на 34 учебных занятий – 1 час в неделю.

Методика обучения старшеклассников предпринимательской деятельности предполагает определение путей и средств эффективной подготовки школьников основам предпринимательства, включая все стороны этого процесса: содержание учебного материала, методы преподавания, знавательная деятельность учащихся, результаты обучения и др.

Учебный процесс, базируясь на единых для всех школьных дисциплин дидактических принципах, осуществляется с учетом особенностей

предпринимательской деятельности, которые влияют на его организацию.

Особенно важно соответствие содержания образования потребности

общества в формировании нового типа работников — предпринимчивых,

экономически грамотных, профессионально образованных, способных быстро адаптироваться в различных рыночных ситуациях.

Связи с этим одним из приоритетных направлений современного

образования является обучение учащихся основам предпринимательства,

адаптация и ориентация в рыночных условиях, формирование

экономического мышления, развитие экономической культуры населения.

Изучение курса способствует воспитанию экономического грамотного

гражданина страны, обладающего качествами лидера, умеющего принять

решение и прогнозировать его последствия, уважающего экономические

законы и свободы других людей, готового поделиться своими знаниями и

опытом, предпринимчивого и ответственного хозяина своего бизнеса.

Изучение данной дисциплины планируется в 10 классе, так как

экономическая и правовая подготовка необходима каждому гражданину

и необходима для успешной деятельности в условиях рыночной экономики.

В процессе преподавания этой дисциплины используются различные формы и методы обучения:

- деловые игры,

- тесты,

- викторины,

- практикумы,

- закрепляющие полученные теоретические знания посредством решения экономических задач,

- анализа ситуаций и математических расчетов,

- разнообразные кроссворды по экономическим терминам.

Долгосрочный план
по реализации Типовой учебной программы
по учебному предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» для 10 класса
уровня общего среднего образования по обновленному содержанию
(общественно-гуманитарное направление,
естественно-математическое направление)

0-класс: 1 час в неделю, 34 часов в учебном году

Разделы	Темы, содержание	Цели обучения	Кол-во часов	Дата занятий
1-я четверть. Предпринимательство как экономическое явление			9 часов	
1. Введение предпринимательства	Концепция «Предпринимательство, бизнес и я»	10.1.1.1. понимать понятие «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благ»;	1	07.09
2. Исторический экскурс в экономическую историю Казахстана	Предпринимательство в экономике Казахстана.	10.1.1.2. знать предмет, цели и задачи предпринимательства 10.1.2.1. анализировать историю предпринимательства в Республике Казахстан; 10.1.2.2. понимать значение предпринимательства в экономике; 10.1.2.3. знать разницу между микроэкономикой и макроэкономикой	1	14.09
3. Предпринимательский подход: инициативно-предпринимательский	Идея как основа предпринимательской деятельности. Инструменты формирования идей, внешняя оценка идей	10.1.3.1. рассматривать предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации; 10.1.3.2. оценивать значимость формирования идей как компетенции предпринимателя; 10.1.3.3. применять инструмент для формирования бизнес-идей	2	21.09
4. Ресурсы производств	Ресурсы и факторы производства	10.1.4.1. знать ресурсы и факторы необходимые для производства товаров и услуг; 10.1.4.2. понимать разницу между ресурсами и факторами и необходимыми для производства товаров и услуг	1	28.09
5. Механизм функционирования рынка	Законы спроса и предложения. Факторы влияющие на спрос и предложение	10.1.5.1. понимать законы спроса и предложения; 10.1.5.2. знать факторы влияющие на спрос и предложение	2	05.10
				12.10
				19.10

спрос и предложение	Формирование рыночного равновесия.	10.1.6.1. знать законы формирования рыночного равновесия, дефицита и избытка; 10.1.6.2. понимать эластичность спроса и предложения как процесс адаптации рынка к изменению основных факторов	2	26.10
2-я четверть. Предпринимательство в современных условиях			8 часов	
2.1 С чего начинается бизнес?	Анализ развития предпринимательства в современных условиях.	10.2.1.1. Анализировать предпринимательство как экономическое явление 10.2.1.2. Знать факторы развития предпринимательства в современных условиях	1	16.11
2.2 Виды предпринимательской деятельности организации	Виды предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы предпринимательства	10.2.2.1. различать виды предпринимательской деятельности; 10.2.2.2. понимать роль МСБ в экономике государства, в том числе Казахстана; 10.2.2.3. различать организационно-правовые формы предпринимательства	2	23.11
2.3 Стартап-культура	Стартап-культура. Разница между стартапом и действующим бизнесом	10.2.3.1. описывать понятие стартапа; 10.2.3.2. различать стартап и действующий бизнес	1	30.11
2.4 Инновации и тренды в предпринимательстве, региональные, мода, дежные) компании	Особенность развития предпринимательства в Казахстане. Тренды в предпринимательстве. Инновации в предпринимательской деятельности	10.2.4.1. понимать географическо-региональную особенность развития предпринимательства в Казахстане; 10.2.4.2. распознавать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане; 10.2.4.3. анализировать прогнозы трендов предпринимательства на будущие периоды времени	2	07.12
2.5 Развитие конкуренции в современных	Конкуренция как основополагающий принцип	10.2.5.1. описывать примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; 10.2.5.2. описывать виды	1	14.12
				21.12
				28.12

Основные	рыночной экономики. Ценовая и ценовая, несовершенная конкуренция	конкурентных стратегий и конкурентов; 10.2.5.3 приводить доводы о целесообразности применения ценовой и ценовой конкуренции	
6	Цена как экономическая категория	10.2.6.1 понимать суть и функции цены как экономической категории; 10.2.6.2 описывать структуру ценообразования; 10.2.6.3 понимать суть ценовой политики; 10.2.6.4 различать ценовые стратегии	1 18.02
3-я четверть, Маркетинг в действии			
1 Введение маркетинг	История маркетинга, Современный маркетинг	10.3.1.1 объяснять понятия и функции маркетинга; 10.3.1.2 различать маркетинговую стратегию продукта и предприятия	1 18.01
2	Маркетинг-микс	10.3.2.1 понимать состав маркетинг-микса 4Р, 4С; 10.3.2.2 различать формат применения 4Р, 4С	1 25.01
3	Кабинетные и полевые исследования	10.3.3.1 описывать различия между полевыми и кабинетными исследованиями; 10.3.3.2 применять методологию полевых и кабинетных исследований	1 01.02
4 SWOT-анализ	Комплекс внутренних и внешних факторов, влияющих на развитие компании	10.3.4.1 понимать назначение SWOT-анализа; 10.3.4.2 применять на практике SWOT-анализ при оценке сильных и слабых сторон изучаемого продукта	1 08.02
5	Целевая аудитория, сегментация, целевая аудитория, построение портрета клиента	10.3.5.1 понимать суть и принципы сегментации потребителя; 10.3.5.2 определять потребности определенной целевой аудитории	1 15.02
6 Бренд	Бренд и его составляющие	10.3.6.1 знает основные составляющие бренда 10.3.6.2 различает описательную и	1 22.02

3.7 Маркетинговые коммуникации	Реклама, PR. Традиционные (классические) виды рекламы Прямое воздействие на целевую аудиторию	творческую плоскость бренда 10.3.6.3 применять навыки для описания платформы бренда 10.3.7.1 различать коммуникаций АП, ВП; 10.3.7.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством АП, ВП	1 01.03
3.8 Онлайн маркетинговые коммуникации	Современные инструменты цифрового маркетинга. Сайт как инструмент цифрового маркетинга Продвижение в социальных медиа	10.3.8.1 понимать суть цифрового маркетинга; 10.3.8.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством цифрового маркетинга	1 15.03
4-я четверть, Дизайн мышления			
4.1 Введение в дизайн мышление	Метод создания продуктов, ориентированных на человека	10.4.1.1 понимать суть дизайн-мышления; 10.4.1.2 понимать, где он может применяться навыки дизайн-мышления; 10.4.1.3 сравнивать преимущества подходов дизайн-мышления по сравнению с традиционными способами поиска бизнес-идей и организации бизнес-процессов	8 часов 1 05.04
4.2 Эмпатия	Глубокое погружение в проблемную область и опыт пользователей	10.4.2.1 уметь определять группы пользователей, которых затронет проект, прямо или косвенно; 10.4.2.2 понимать принципы эмпатии и уметь применять их на практике; 10.4.2.3 уметь составлять интервью и правильно организовывать последовательность вопросов	2 26.04 26.04
4.3 Анализ и синтез	Формулировка конкретной, значимой и реализуемой задачи	10.4.3.1 уметь обозначать и описывать проблему; 10.4.3.2 определять наиболее значимые выводы, полученные из интервью;	1 26.04

4.4	Генерация идей	10.4.3.3 выделять важные фрагменты информации и эффективно оформлять их для дальнейшего использования; 10.4.3.4 группировать полученную во время интервью информацию	1	03.05
4.5	Прототипирование	10.4.4.1 понимать принципы и необходимость брейнсторминга; 10.4.4.2 знать правила проведения брейнсторминга и уметь соблюдать их; 10.4.4.3 знать и следовать этапам брейнсторминга систематизировать высказанные идеи и выбирать наиболее перспективные 10.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования; 10.4.5.2 применить основные методы прототипирования	1	10.05 17.05
4.6	Тестирование	10.4.6.1 понимать значимость тестирования для дизайна ориентированного на человека; 10.4.6.2 осознавать значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже, развить эмпирию; 10.4.6.3 оценивать возможности применения полученных идей на практике	1	17.05
4.7	Сторителлинг	10.4.7.1 понимать принципы сторителлинга для описания процесса проделанной работы; 10.4.7.2 анализировать все знания, полученные во время работы с дизайн-мышлением, сделать выводы и аргументировать, будет ли он применять данные принципы в дальнейшем	1	24.05
Итого			34 часа	

Handwritten signature