



№ 09 2021ж



№ 09 2021ж

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

Учитель:

Бехтольд 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. №604Об 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, выработать 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.

Узучение 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.

Узучение данной дисциплины планируется в 10 классе, так как

экономическая и правовая подготовка необходима каждому гражданину

исходя из 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)

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

| Разделы | Темы, содержание | Цели обучения | Кол-во часов | Дата занятий |
|--|---|--|--------------|--------------|
| 1-я четверть, 1. Введение | Предпринимательство как экономическое явление | 10.1.1.1. понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благ»; 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 | 9 часов | |
| 2. Предпринимательский подход: инициативно-предпринимательский | Идея как основа предпринимательской деятельности. Инструменты по формированию идей, внешняя оценка идей | 10.1.3.1. рассматривать предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации; 10.1.3.2. оценивать значимость формирования идеи как компетенции предпринимателя; 10.1.3.3. применять инструмент для формирования бизнес-идей | 1 | 07.09 |
| 3. Предпринимательский подход: инициативно-предпринимательский | 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 | 14.09 |
| 4. Ресурсы и факторы производства | Законы спроса и предложения. Факторы влияющие на | 10.1.5.1. понимать законы спроса и предложения; 10.1.5.2. знать факторы влияющие на спрос и предложение | 2 | 21.09 |
| 5. Механизм функционирования рынка | | | 2 | 28.09 |
| | | | 2 | 05.10 |
| | | | 2 | 12.10 |
| | | | 2 | 19.10 |

| спрос и предложение | Формирование рыночного равновесия. | Эластичность спроса и предложения | 2-я четверть, Предпринимательство в современных условиях | 8 часов | |
|--------------------------|---|-----------------------------------|--|---------|-------|
| 1.6 Рыночное равновесие. | 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 | | 2.1 С чего начинается бизнес? 2.2 Виды предпринимательской деятельности организации но-правовые формы предпринимательства 2.3 Старт-культура | 1 | 26.10 |
| | | | Анализ развития предпринимательства в современных условиях. | 1 | 16.11 |
| | | | Виды предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы предпринимательства | 2 | 23.11 |
| | | | Старт-культура. Разница между стартом и действующим бизнесом | 1 | 30.11 |
| | | | 2.3 Старт-культура | 1 | 07.12 |
| | | | 2.4 Инновации и тренды в предпринимательстве. (Мировые, региональные, мода/дежне) компании | 2 | 14.12 |
| | | | Особенность развития предпринимательства в Казахстане. Тренды в предпринимательстве. Инновации в предпринимательской деятельности | 2 | 21.12 |
| | | | 10.2.3.1. описывать понятие стартапа; 10.2.3.2. различать стартап и действующий бизнес | 1 | |
| | | | 10.2.4.1. понимать географическо-региональную особенность развития предпринимательства в Казахстане; 10.2.4.2. распознать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане; 10.2.4.3. анализировать прогнозы трендов предпринимательства на будущие периоды времени | 2 | |
| | | | 10.2.5.1. описывать примеры новой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; 10.2.5.2. описывать виды | 1 | 28.12 |

| | | | | | |
|---|---|--|---|---------|-------|
| 6 | Основные виды – функции экономичес кой категори и | рыночной экономики. Ценовая и целивая, совершенная и несовершенная конкуренция | конкурентных стратегий и конкурентов; 10.2.5.3 приводить доводы о целесообразности применения ценовой и ценовой конкуренции | 1 | 18.02 |
| 6 | Ценообразов ание – функции экономичес кой категори и | Цена как экономическая категория | 10.2.6.1 понимать сущность и функции цены как экономической категории; 10.2.6.2 описывать структуру ценообразования; 10.2.6.3 понимать сущность ценовой политики; 10.2.6.4 различать ценовые стратегии | 1 | 18.02 |
| 7 | 3-я четверть, Маркетинг в действии | История маркетинга, Современный маркетинг | 10.3.1.1 объяснять понятия и функции маркетинга; 10.3.1.2 различать маркетинговую стратегию продукта и предприятия | 9 часов | 18.01 |
| 2 | Маркетинг-микс | 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 полевые исследования | 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 компаний | 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 стратегия, сегментация аудитория, портреты клиента | Сегментирование пользователей, Целевая аудитория, Построение портрета клиента | 10.3.5.1 понимать сущность 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 | Маркетинг комму никации | Реклама, PR. Традиционные (классические) виды рекламы Прямое воздействие на целевую аудиторию | творческую плоскость бренда 10.3.6.3 применяет навыки для описания платформы бренда 10.3.7.1 различать комплекс маркетинговых 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 маркетинг коммуника ции | Современные инструменты цифрового маркетинга. Сайт как инструмент цифрового маркетинга Продвижение в социальных медиа | 10.3.8.1 понимать сущность цифрового маркетинга; 10.3.8.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством цифрового маркетинга | 1 | 15.03 |
| 4.1 | Введение в дизайн- мышление | 4-я четверть, Дизайн мышления Метод создания продуктов, ориентированны х на человека | 10.4.1.1 понимать сущность дизайн- мышления; 10.4.1.2 понимать, где он может применять 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 | 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 последовательность вопросов | 2 | 16.04 17.04 |
| 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 | Генерация идей и выбор решения | 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 | |
| 4.5 Прототипирование | Создание модели для тестирования найденных решений | 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 | 1 | 03.05 |
| 4.6 Тестирование | Получение обратной связи и поиск наилучшего решения | 10.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования; 10.4.5.2 применить основные методы прототипирования | 1 | 10.05 17.05 17.05 |
| 4.7 Сторителлинг | Презентация проработанного материала | 10.4.6.1 понимать значимость тестирования для дизайнера; ориентированного на человека; 10.4.6.2 осознавать значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже, развить эмпатно; 10.4.6.3 оценивать возможности применения полученных идей на практике | 1 | 24.05 |
| Итого | | | 34 часа | |

Handwritten signature