

Рассмотрено
на пед.совете №1

"31".08.2023г

"Утверждаю"
директор Ушкаттинской средней школы

Алькенова К.Б.

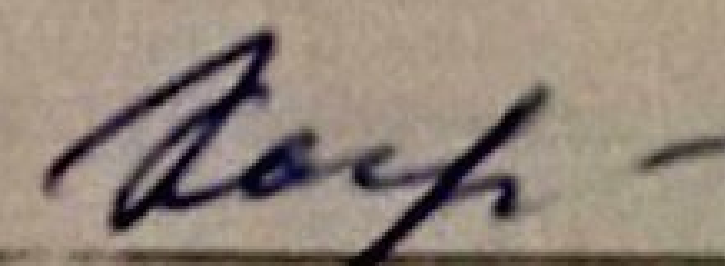
Согласовано
и.о.руководителя
районным отделом
образования
Саметеев А.Б.

Программа факультативного курса
11 класса
Глобальные компетенции
(«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА»)

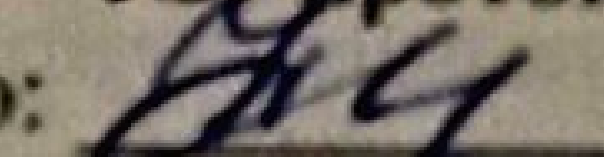
Класс: 11

Подготовила: Алдасугурова Н.С.

Рассмотрено на МО:
Касимова Н.В.

 (руководитель МО)

№1 протокол 29 августа 2023

Проверено:  Алдасугурова Н.С.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
«Глобальные компетенции»
(ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА) 11 КЛАСС
Пояснительная записка

Целью изучения предмета является получение обучающимися базовых знаний основ предпринимательства, экономики, менеджмента и маркетинга; развитие ответственности за свой выбор и формирование мышления предпринимательского склада, активной жизненной позиции; создание практической базы навыков для будущей самостоятельной деятельности в современных рыночных условиях.

Задачи обучения: 1) формирование у обучающихся теоретических основ предпринимательства; 2) формирование у обучающихся практических навыков личной финансовой грамотности; 3) воспитание ответственности за свои достижения и свою жизненную позицию; 4) формирование у обучающихся предпринимательского мышления и умения видеть возможности для реализации своего потенциала; 5) приобретение навыка генерирования бизнес-идей и их развития до уровня предпринимательской деятельности; 6) развитие навыка бизнес-моделирования и адаптации в изменяющихся условиях

Ожидаемый результат

- 1) свои сильные и слабые стороны, чтобы поддержать обучение и личностное развитие;
- 2) различные аспекты жизни для достижения жизненных успехов и благополучия;
- 3) взаимодействие и сотрудничество с другими;
- 4) принципы взаимосвязи государства, политических и религиозных объединений и культур.

Обучающиеся критически оценивают:

- 1) собственное поведение и культуру, личную историю, а также ценности и разные точки зрения;
- 2) ситуации и принимают ответственные решения.

Учебный предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» является предметом по выбору стандартного уровня инвариантного компонента естественно-математического и общественно-гуманитарного направления. Обучение предмета в 10 классе общеобразовательных школ будет осуществляться по Типовой учебной программе, утвержденной приказом Министра образования и науки РК от 7 марта 2019 года № 105. Объем учебной нагрузки предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» в 10-м по №125 приказа МОН РК от 26 марта 2021 года или 36 часов, в неделю 1 час по вариативному компоненту в курсе «Глобальные компетенции» типового учебного плана (ТУП) (обновленного содержания) №415 приказа МОН РК от 20 августа 2021 года. [16,17]

Базовое содержание учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» 11- класса:

- 1) «Предпринимательство как экономическое явление».
- 2) «Предпринимательство в современных условиях».
- 3) «Маркетинг в действии».

4) «Дизайн мышления». Обучение по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса».

Ключевое понятие методики – «проект». Такой «проект» ученики будут развивать на протяжении первой и второй четвертей 11-класса изучения предмета.

Итого: 34 часа, в неделю 1 час

курс «Глобальные компетенции»

№ п/п	Раздел	Темы урока	Цели обучения	Количество часов	№ урока в учебнике
I-четверть					
1	Предпринимательство как экономическое явление	1.1. Введение в предпринимательство	1.1.1.1 понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо»; 1.1.1.2 знать предмет, цели и задачи предпринимательства	1	
2	Предпринимательство как экономическое явление	1.2 Исторический экскурс в экономику Казахстана	1.1.2.1 анализировать историю предпринимательства в Республике Казахстан; 1.1.2.2 понимать значение предпринимательства в экономике; 1.1.2.3 знать разницу между микроэкономикой и макроэкономикой	2	
3	Предпринимательство как экономическое явление	1.3 Предпринимательский подход: инициативность и непрерывное стремление к развитию и новаторству	1.1.3.1 рассматривать предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации; 1.1.3.2 оценивать значимость формирования идеи как компетенции предпринимателя; 1.1.3.3 применять инструмент для формирования бизнес идей	1	
4	Предпринимательство как экономическое явление	1.4 Ресурсы вовлеченные в процесс производства	1.1.4.1 знать ресурсы и факторы необходимые для производства товаров и услуг; 1.1.4.2 понимать разницу между ресурсами и факторами необходимые для производства товаров и услуг	2	
5	Предпринимательство как экономическое явление	1.5 Механизм функционирования рынка	1.1.5.1 понимать законы спроса и предложения; 1.1.5.2 знать факторы, влияющие на спрос и предложения	1	
6	Предпринимательство как экономическое явление	1.6 Рыночное равновесие	1.1.6.1 знать законы формирования рыночного равновесия, дефицита и избытка; 1.1.6.2 понимать эластичность спроса и предложения как процесс адаптации рынка к изменению основных факторов	1	
II-четверть					
7	Предпринимательство в современных условиях	2.1 С чего начинается бизнес?	11.2.1.1 анализировать предпринимательство как экономическое явление; 11.2.1.2 знать факторы развития предпринимательства в современных условиях	1	
8	Предпринимательство в современных условиях	2.2 Виды предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательства	11.2.2.1 различать виды предпринимательской деятельности; 11.2.2.2 понимать роль МСБ в экономике государства, в том числе Казахстана; 11.2.2.3 различать организационно-правовые формы предпринимательства	1	
9	Предпринимательство в современных условиях	2.3 Стартап-культура	11.2.3.1 описывать понятие стартапа; 11.2.3.2 различать стартап и действующий бизнес	2	

10	Предпринимательство в современных условиях	2.4 Инновационные тренды в предпринимательстве (мировые, региональные, молодежные)	11.2.4.1 понимать географическо-региональную особенность развития предпринимательства в Казахстане; 11.2.4.2 распознавать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане; 11.2.4.3 анализировать прогнозы трендов предпринимательства на будущие периоды времени	2	
11	Предпринимательство в современных условиях	2.5 Развитие конкуренции в современных условиях	11.2.5.1 описывать примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; 11.2.5.2 описывать виды конкурентных стратегий и конкурентов; 11.2.5.3 приводить доводы о целесообразности применения ценовой и неценовой конкуренции	1	
12	Предпринимательство в современных условиях	2.6 Ценообразование – сущность и функции цены как экономической категории	11.2.6.1 понимать сущность и функции цены как экономической категории; 11.2.6.3 понимать сущность ценовой политики; 11.2.6.4 различать ценовые стратегии	1	
III-четверть					
13	Маркетинг в действии	3.1 Введение в маркетинг	11.3.1.1 объяснять понятие и функции маркетинга; 11.3.1.2 различать маркетинговую стратегию продукта и предприятия	1	
14	Маркетинг в действии	3.2 Маркетинг-микс	11.3.2.1 понимать состав маркетинг-микса 4P, 4C; 11.3.2.2 различать формат применения 4P, 4C	1	
15	Маркетинг в действии	3.3 Кабинетные и полевые исследования	11.3.3.1 описывать различия между полевыми и кабинетными исследованиями; 11.3.3.2 применять методологию полевых и кабинетных исследований	1	
16	Маркетинг в действии	3.4 SWOT-анализ	11.3.4.1 понимать назначение SWOT-анализа; 11.3.4.2 применять на практике SWOT-анализ при оценке сильных и слабых сторон изучаемого продукта	1	
17	Маркетинг в действии	3.5 Целевая аудитория, сегментирование	11.3.5.1 понимать сущность и принципы сегментации потребителя; 11.3.5.2 определять потребности определенной целевой аудитории	1	
18	Маркетинг в действии	3.6 Бренд	11.3.6.1 знает основные составляющие бренда; 11.3.6.2 различает описательную и творческую плоскость бренда; 11.3.6.3 применяет навыки для описания платформы бренда	1	
19	Маркетинг в действии	3.7 Маркетинговые коммуникации	11.3.7.1 различать комплексы маркетинговых коммуникаций ATL, BTL; 11.3.7.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством ATL, BTL	1	
20	Маркетинг в действии	3.8 Онлайн маркетинговые	11.3.8.1 понимать сущность цифрового маркетинга;	2	

		коммуникации	11.3.8.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством цифрового маркетинга		
IV-четверть					
21	Дизайн мышления	4.1 Введение в дизайн-мышление	11.4.1.1 понимать сущность дизайн-мышления; 11.4.1.2 понимать, где он может применить навыки дизайн-мышления; 11.4.1.3 сравнивать преимущества подходов дизайн-мышления по сравнению с традиционными способами поиска бизнес-идей и организации бизнес-процессов	1	
22	Дизайн мышления	4.2 Эмпатия	11.4.2.1 уметь определять группы пользователей, которых затронет проект, прямо или косвенно; 11.4.2.2 понимать принципы эмпатии и уметь применять их на практике; 11.4.2.3 уметь составлять интервью и правильно организовывать последовательность вопросов	1	
23	Дизайн мышления	4.3 Анализ и синтез	11.4.3.1 уметь обозначать и описывать проблему; 11.4.3.2 определять наиболее значимые выводы, полученные из интервью; 11.4.3.3 выделять важные фрагменты информации и эффективно оформлять их для дальнейшего использования; 11.4.3.4 группировать полученную во время интервью информацию	1	
24	Дизайн мышления	4.4 Генерация идей	11.4.4.1 понимать принципы и необходимость брейнсторминга; 11.4.4.2 знать правила проведения брейнсторминга и уметь соблюдать их; 11.4.4.3 знать и следовать этапам брейнсторминга систематизировать высказанные идеи и выбирать наиболее перспективные	2	
25	Дизайн мышления	4.5 Прототипирование	11.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования; 11.4.5.2 применить основные методы прототипирования	1	
26	Дизайн мышления	4.6 Тестирование	11.4.6.1 понимать значимость тестирования для дизайна, ориентированного на человека; 11.4.6.2 осознавать значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже развить эмпатию; 11.4.6.3 оценивать возможности применения полученных идей на практике	1	
27	Дизайн мышления	4.7 Сторителлинг	11.4.7.1 понимать принципы сторителлинга для описания процесса проделанной работы 11.4.7.2 анализировать все знания, полученные во время работы с дизайн-мышлением, сделать выводы и аргументировать, будет ли он применять данные принципы в дальнейшем	2	
Итого				34	

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ для учителя:

1. Гражданский Кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-ХІІІ;
2. Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года №
3. Инструктивно-методическое письмо «Об особенностях учебно-воспитательного процесса в организациях среднего образования Республики Казахстан в 2021-2022 учебном году». – Нур-Султан: НАО имени Ы. Алтынсарина, 2021. – 338 с.
4. «Казахстан в новой реальности: время действий» Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана. 1 сентября 2020 г
5. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» от 25 декабря 2017 года № 120-VІ ЗРК.
6. Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V ЗРК
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. – М.: Вильямс, 2016. –

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ для учащихся:

1. Адам Смит. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М: Эксмо, 2016.-
2. Александр Остервальдер. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – Альпина Паблишер, 2017. – 290с.
3. Александр Остервальдер. Шаблоны для бизнеса. 50 отрывных шаблонов большого формата для построения бизнес-моделей, 50 отрывных шаблонов большого формата для разработки ценностных предложений. – М: Альпина Паблишер, 2017. – 216с. 402
4. Анатолий Гений. Высокоэффективный тайм-менеджмент по Матрице Эйзенхауэра. – АСТ, 2016. – 320с.
5. Анна Шуст. Текст, который продает. – М: АСТ, 2018. – 352 с. 6. Брайан Трейси. Выйди из зоны личного комфорта. – М: Манн, Иванов и Фербер,