

Рассмотрено
на пед.совете №1
"31".08.2022г
Б.Д._____

"Утверждаю"
директор Ушкаттинской средней школы
Алькенова К.Б. _____

Согласовано
Зав.районным отделом образования
Сейлханов

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

Класс: 11
Подготовил: Алдасугурова Н.С.

Рассмотрено на МО: Касимова Н.В.
_____(руководитель МО)

№1 протокол 27 августа 2022г.

Проверено: _____ Алдасугурова Н.С.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» 10 КЛАСС
курс «Глобальные компетенции»
Пояснительная записка

Целью изучения предмета является получение обучающимися базовых знаний основ предпринимательства, экономики, менеджмента и маркетинга; привитие 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 предмету 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 34 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» 10- 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 10-класса изучения предмета.

Итого: 36 часов, 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	10.1.1.1 понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо»; 10.1.1.2 знать предмет, цели и задачи предпринимательства	1	
2	Предпринимательство как экономическое явление	1.2 Исторический экскурс в экономику Казахстана	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	2	
3	Предпринимательство как экономическое явление	1.3 Предпринимательский подход:	10.1.3.1 рассматривать предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации;	1	

	явление	инициативность и непрерывное стремление к развитию и новаторству	10.1.3.2 оценивать значимость формирования идеи как компетенции предпринимателя; 10.1.3.3 применять инструмент для формирования бизнес идей		
4	Предпринимательство как экономическое явление	1.4 Ресурсы вовлеченные в процесс 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 необходимые для производства товаров и услуг	2	
5	Предпринимательство как экономическое явление	1.5 Механизм функционирования рынка	10.1.5.1 понимать законы спроса и предложения; 10.1.5.2 знать факторы, влияющие на спрос и предложения	1	
6	Предпринимательство как экономическое явление	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	1	
II-четверть					
7	Предпринимательство в современных условиях	2.1 С чего начинается бизнес?	10.2.1.1 анализировать предпринимательство как экономическое явление; 10.2.1.2 знать факторы развития предпринимательства в современных условиях	1	
8	Предпринимательство в современных условиях	2.2 Виды предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательства	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	1	
9	Предпринимательство в	2.3 Стартап-культура	10.2.3.1 описывать понятие стартапа; 10.2.3.2 различать стартап и действующий	2	

	современных условиях		бизнес		
10	Предпринимательство в современных условиях	2.4 Инновации и тренды в предпринимательстве (мировые, региональные, молодежные)	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	
11	Предпринимательство в современных условиях	2.5 Развитие конкуренции в современных условиях	10.2.5.1 описывать примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; 10.2.5.2 описывать виды конкурентных стратегий и конкурентов; 10.2.5.3 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	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	
III-четверть					
13	Маркетинг в действии	3.1 Введение в маркетинг	10.3.1.1 объяснять понятие и функции маркетинга; 10.3.1.2 различать маркетинговую стратегию продукта и предприятия	1	
14	Маркетинг в действии	3.2 Маркетинг-микс	10.3.2.1 понимать состав маркетинг-микса 4Р, 4С; 10.3.2.2 различать формат применения 4Р, 4С	1	
15	Маркетинг в	3.3 Кабинетные и	10.3.3.1 описывать различия между полевыми	1	

	действии	полевые исследования	и кабинетными исследованиями; 10.3.3.2 применять методологию полевых и кабинетных исследований		
16	Маркетинг в действии	3.4 SWOT-анализ	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	
17	Маркетинг в действии	3.5 Целевая аудитория, сегментирование	10.3.5.1 понимать сущность и принципы сегментации потребителя; 10.3.5.2 определять потребности определенной целевой аудитории	1	
18	Маркетинг в действии	3.6 Бренд	10.3.6.1 знает основные составляющие бренда; 10.3.6.2 различает описательную и творческую плоскость бренда; 10.3.6.3 применяет навыки для описания платформы бренда	1	
19	Маркетинг в действии	3.7 Маркетинговые коммуникации	10.3.7.1 различать комплекс маркетинговых коммуникаций ATL, BTL; 10.3.7.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством ATL, BTL	2	
20	Маркетинг в действии	3.8 Онлайн маркетинговые коммуникации	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	2	
IV-четверть					
21	Дизайн мышления	4.1 Введение в дизайн-мышление	10.4.1.1 понимать сущность дизайн-мышления; 10.4.1.2 понимать, где он может применить навыки дизайн-мышления; 10.4.1.3 сравнивать преимущества подходов дизайн-мышления по сравнению с	1	

			традиционными способами поиска бизнес-идей и организации бизнес-процессов		
22	Дизайн мышления	4.2 Эмпатия	10.4.2.1 уметь определять группы пользователей, которых затронет проект, прямо или косвенно; 10.4.2.2 понимать принципы эмпатии и умеет применять их на практике; 10.4.2.3 уметь составлять интервью и правильно организовывать последовательность вопросов	2	
23	Дизайн мышления	4.3 Анализ и синтез	10.4.3.1 уметь обозначать и описывать проблему; 10.4.3.2 определять наиболее значимые выводы, полученные из интервью; 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	
24	Дизайн мышления	4.4 Генерация идей	10.4.4.1 понимать принципы и необходимость брейнсторминга; 10.4.4.2 знать правила проведения брейнсторминга и умеет соблюдать их; 10.4.4.3 знать и следовать этапам брейнсторминга систематизировать высказанные идеи и выбирать наиболее перспективные	1	
25	Дизайн мышления	4.5 Прототипирование	10.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования; 10.4.5.2 применить основные методы прототипирования	1	
26	Дизайн мышления	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	1	

			развить эмпатию; 10.4.6.3 оценивать возможности применения полученных идей на практике		
27	Дизайн мышления	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	
	Итого			36	

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,

