

Рассмотрено  
на пед.совете №1  
"31".08.2022г

"Утверждаю"  
директор Ушкаттинской средней школы  
Алькенова К.Б. \_\_\_\_\_

Согласовано  
Зав.районным отделом образования  
Сейлханов Б.Д. \_\_\_\_\_

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

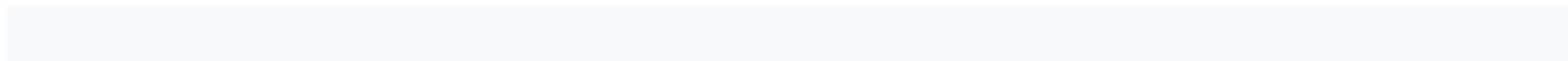
Класс: 11  
Подготовил: Алдасугурова Н.С.

Рассмотрено на МО: Касимова Н.В.

\_\_\_\_\_ (руководитель МО)

№1 протокол 28 августа 2022г.

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; 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 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: 36 часов, в неделю 1 час**

#### курс «Глобальные компетенции»

| № п/п             | Раздел                                        | Темы урока                                      | Цели обучения                                                                                                                                                                                               | Количество часов | № урока в учебнике |
|-------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------|
| <b>I-четверть</b> |                                               |                                                 |                                                                                                                                                                                                             |                  |                    |
| 1                 | Предпринимательство как экономическое явление | 1.1. Введение в предпринимательство             | 10.1.1.1 понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо»;<br>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;<br>10.1.2.2 понимать значение предпринимательства в экономике;<br>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;<br>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;<br>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;<br>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;<br>10.1.6.2 понимать эластичность спроса и предложения как процесс адаптации рынка к изменению основных факторов                    | 1 |  |
| <b>II-четверть</b> |                                               |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                  |   |  |
| 7                  | Предпринимательство в современных условиях    | 2.1 С чего начинается бизнес?                                                                | 10.2.1.1 анализировать предпринимательство как экономическое явление;<br>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;<br>10.2.2.2 понимать роль МСБ в экономике государства, в том числе Казахстана;<br>10.2.2.3 различать организационно-правовые формы предпринимательства | 1 |  |
| 9                  | Предпринимательство в                         | 2.3 Стартап-культура                                                                         | 10.2.3.1 описывать понятие стартапа;<br>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;<br>10.2.4.2 распознавать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане;<br>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;<br>10.2.5.2 описывать виды конкурентных стратегий и конкурентов;<br>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;<br>10.2.6.2 описывать структуру ценообразования;<br>10.2.6.3 понимать сущность ценовой политики;<br>10.2.6.4 различать ценовые стратегии                                                                             | 1 |  |
| <b>III-четверть</b> |                                            |                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |  |
| 13                  | Маркетинг в действии                       | 3.1 Введение в маркетинг                                                         | 10.3.1.1 объяснять понятие и функции маркетинга;<br>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;<br>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;<br>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;<br>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;<br>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;<br>10.3.6.2 различает описательную и творческую плоскость бренда;<br>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;<br>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;<br>10.3.8.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством цифрового маркетинга         | 2 |  |
| <b>IV-четверть</b> |                      |                                        |                                                                                                                                                                                              |   |  |
| 21                 | Дизайн мышления      | 4.1 Введение в дизайн-мышление         | 10.4.1.1 понимать сущность дизайн-мышления;<br>10.4.1.2 понимать, где он может применить навыки дизайн-мышления;<br>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;<br>10.4.2.2 понимать принципы эмпатии и умеет применять их на практике;<br>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;<br>10.4.3.2 определять наиболее значимые выводы, полученные из интервью;<br>10.4.3.3 выделять важные фрагменты информации и эффективно оформлять их для дальнейшего использования;<br>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;<br>10.4.4.2 знать правила проведения брейнсторминга и умеет соблюдать их;<br>10.4.4.3 знать и следовать этапам брейнсторминга<br>систематизировать высказанные идеи и выбирать наиболее перспективные                                    | 1 |  |
| 25 | Дизайн мышления | 4.5 Прототипирование | 10.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования;<br>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;<br>10.4.6.2 осознавать значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже                                                                                                                            | 1 |  |

|    |                    |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                             |           |  |
|----|--------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--|
|    |                    |                  | развить эмпатию;<br>10.4.6.3 оценивать возможности применения<br>полученных идей на практике                                                                                                                                                                                |           |  |
| 27 | Дизайн<br>мышления | 4.7 Сторителлинг | 10.4.7.1 понимать принципы сторителлинга<br>для описания процесса проделанной работы<br>10.4.7.2 анализировать все знания,<br>полученные во время работы с дизайн-<br>мышлением, сделать выводы и<br>аргументировать, будет ли он применять<br>данные принципы в дальнейшем | 1         |  |
|    | <b>Итого</b>       |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>36</b> |  |

#### 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,

