

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

НЧОУ «Международная школа «АЛЬНАИР»

УТВЕРЖДЕНО

Директор

Сычева М.В.
Приказ №1-од от 01.09.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(ID 9411257)

Основы предпринимательства

для обучающихся 10-11 классов

г.о. Истра 2025г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Курс «Основы предпринимательства» предназначен для учащихся старших классов общеобразовательных учреждений и направлен на ознакомление обучающихся с основами предпринимательской деятельности, формами ведения бизнеса, особенностями управления проектами и навыками экономического мышления. Курс помогает учащимся сформировать устойчивую базу для успешного начала предпринимательской деятельности и приобретения опыта самостоятельного планирования, организации и ведения бизнеса.

Данный курс носит прикладной характер и нацелен на формирование необходимых компетенций для раннего погружения в сферу предпринимательства, что соответствует современным требованиям образовательных стандартов и стандартам профессиональной подготовки.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Основы предпринимательства

Курс рассчитан на 67 учебных часов, охватывая широкий спектр аспектов предпринимательской деятельности. Темы занятий выстроены таким образом, чтобы учащиеся получили знания и практические навыки, применяя полученные теоретические знания в реальных ситуациях и моделях. Основная цель курса заключается в формировании у учащихся понимания сути предпринимательства, механизмов ведения бизнеса, а также базовых навыков, необходимых для успешного старта-апа собственной коммерческой деятельности.

Каждая тема сопровождается активными методиками обучения: кейс-методами, тренингами, играми и интерактивными занятиями, что позволяет студентам погрузиться в атмосферу реального бизнеса, осваивая навыки в динамичной среде.

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Основы предпринимательства

Ознакомление учащихся с понятием предпринимательства и его значимостью в обществе.

Формирование навыков анализа рынка, поиска возможностей и разработки бизнес-проектов.

Овладение основными инструментами и технологиями ведения бизнеса.
Воспитание уверенности в себе и готовности к созданию и развитию собственного дела.
Повышение уровня финансовой грамотности и понимания правовых основ предпринимательской деятельности.

МЕСТО КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Основы предпринимательства В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Курс входит в перечень элективных дисциплин и дополняет основное образовательное содержание, позволяя расширить кругозор учащихся и приобрести дополнительные компетенции, востребованные в современном мире. Данный курс является важным элементом социализации и профессиональной ориентации старшеклассников, обеспечивая их необходимыми знаниями и навыками для последующей трудовой деятельности и продолжения образования.

ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Основы предпринимательства

Форма проведения занятий предполагает сочетание лекций, семинаров, деловых игр, практикумов и проектной деятельности. Учебный материал представлен в доступной и наглядной форме, включающей современные визуальные и цифровые инструменты, что облегчает усвоение материала студентами. Особое внимание уделяется активным методикам обучения, позволяющим развивать у студентов навыки практического мышления и гибкости восприятия сложных экономических реалий.

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Основы предпринимательства

10 КЛАСС

РАЗДЕЛ I. ГЕНЕРАЦИЯ БИЗНЕСА И СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ

Тема 1. Предпринимательство как вид деятельности

Сущность, роль и место предпринимательства и бизнеса в экономике. История зарождения и развития предпринимательства. Теории предпринимательства. Социально-психологические аспекты предпринимательской деятельности. Виды и формы предпринимательской деятельности и бизнеса. Малое и среднее предпринимательство. Государственная поддержка предпринимательства в РФ. Социальное предпринимательство. Внутрикорпоративное предпринимательство. Особые виды и формы предпринимательства: лизинг, франчайзинг, факторинг и др.

Тема 2. Основы бизнес-моделирования

Принципы и основы бизнес-моделирования. Методы генерации бизнес-идей. Инструменты бизнес-моделирования. Базовые бизнес-модели. Бизнес-модели в предпринимательстве.

Тема 3. Стартап

Что такое стартап? Примеры российских и зарубежных стартапов. Жизненный цикл стартапа. Как создать стартап? Команда стартапа. Методики развития стартапа. Этапы развития стартапа.

РАЗДЕЛ II. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 4. Основы менеджмента в предпринимательской деятельности

Организация. Внутренняя и внешняя среда организации. Жизненный цикл организации по Адизесу. Стратегии организации. Уровни стратегии. Анализ и оценка внешней среды. ПЭСТ-анализ. Управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации. SWOT-анализ. Эталонные стратегии бизнеса. Портфельные стратегии. Матрица БКГ. Формулирование стратегии на уровне подразделений. Конкурентные силы и стратегии М. Портера. Формулирование стратегии на функциональном уровне. Выполнение и оценка стратегии.

Тема 5. Основы маркетинга в предпринимательской деятельности

Базовые понятия и инструменты маркетинга. Сущность и роль маркетинга в предпринимательской деятельности. Основные концепции

маркетинга. Ценностное предложение – философская основа современного бизнеса. Маркетинговые исследования: сущность и назначение, организация и проведение, основной инструментарий. Товарные стратегии бизнеса (теория жизненного цикла, матрица БКГ). Основы брендинга: понятие и инструментарий. Стратегии товародвижения. Продвижение. Маркетинговые коммуникации.

Тема 6. Правовые аспекты предпринимательства

Основные законы, регулирующие предпринимательскую деятельность. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Создание бизнеса (учреждение субъекта предпринимательской деятельности). Ликвидация бизнеса. Банкротство. Налоговая ответственность предпринимателя.

РАЗДЕЛ III. ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 7. Информационно-аналитическое обеспечение

Роль информации в деятельности организации. Операционные информационные системы: системы обработки транзакций, системы контроля над производственным процессом, офисные автоматизированные системы. Информационные системы менеджмента. Экспертные системы. Интегрированные информационные системы. Внедрение информационных систем. Стратегическое использование информационных систем. Big-data и аналитика.

Тема 8. Продвижение проекта в социальных сетях

Интернет-маркетинг. Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика. Электронный бизнес и электронная коммерция.

Тема 9. Дизайн-мышление

Креативность и дизайн-мышление. Эмпатия, фокус, идеи, прототип, тестирование. Создание и понимание потребительской ценности. Изучение потребности пользователя. Эмпатия и фокус. Процесс

генерации идей, создание концепции решений: техники и инструменты. Создание нового рынка. Стратегия голубого океана: обзор, инструменты и фреймворки.

РАЗДЕЛ IV. РАСЧЕТНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 10. Основы экономики бизнеса

Ресурсное обеспечение бизнеса: понятие и классификация. Источники финансирования бизнеса. Формирование уставного капитала. Основные и оборотные средства предпринимательской деятельности. Оборотные средства предпринимательской деятельности. Нематериальные активы. Амортизация как способ возврата инвестированного капитала. Затраты и результаты предпринимательской деятельности.

Тема 11. Управление инвестициями и инновациями в бизнесе

Инновации: понятие, назначение, характерные признаки, классификация. Политика инновационного развития предпринимательства. Современные инновационные тренды. Основы инвестиционной деятельности. Оценка эффективности инвестиций. Фандрайзинг.

Тема 12. Управление финансами бизнеса

Финансирование бизнеса: источники и модели привлечения. Собственный и заемный капитал бизнеса. Финансовый рычаг. Ценообразование: основные подходы и методы. Постоянные и переменные затраты. Точка безубыточности, производственный рычаг. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.

РАЗДЕЛ V. ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 13. Управление бизнес-процессами

Организация производственных процессов. Понятие бизнес-процесса. Формы организации производства. Организационная структура бизнеса. Основы логистики.

Тема 14. Бережливое производство

Теоретические основы бережливого проектирования. Методы и инструменты преобразования организации в бережливое производство. Практические аспекты бережливого проектирования.

Тема 15. Национально-технологическая инициатива в предпринимательстве

Рынки НТИ. Технологии НТИ. Проекты НТИ. Стратегия вывода прорывных продуктов на глобальные рынки. Трансформация делового климата.

11 КЛАСС

РАЗДЕЛ VI. МАРКЕТИНГ

Тема 16. Введение в маркетинг, конкуренцию и потребителя. Сущность маркетинга, определение целей и функций маркетинга. Потребности и поведение потребителей. Типология конкурентов. Механизмы рыночной конкуренции.

Тема 17. Определение маркетинга. Сосредоточенность на клиенте и продукте. Верность бренду. Формула маркетинга, отличительная черта хорошего маркетинга. Отличие подходов к ориентации на клиента и продукт. Понятие бренд-верности, способы формирования привязанности потребителей к брендам.

Тема 18. Методы закрепления лояльности потребителей. Отношения с клиентами. Механизм построения долгосрочных взаимоотношений с клиентом. Методы удержания клиентов и повышения их удовлетворённости. CRM-стратегии, персонализация обслуживания, сегментация целевой аудитории.

Тема 19. Уникальные торговые преимущества (УТП). Дифференциация продуктов. Особенности уникальности торгового предложения, разработка УТП, методика дифференцирования товаров и услуг, выявление конкурентных преимуществ продукта.

Тема 20. Рынок. Его изменения. Паттерны потребления товаров. Влияние конкуренции на рынки. Нишевый и массовый маркетинг. Сегментация рынков. Анализ тенденций и изменений рынка, изучение паттернов покупательского спроса. Разделение рынка на сегменты, целевые группы, особенности нишевого и массового маркетинга.

Тема 21. Маркетинговые исследования. Первичное исследование. Вторичное исследование. Точность исследований. Презентация результатов исследований. Методология проведения первичных и вторичных исследований. Качественные и количественные методики сбора данных. Способы представления результатов исследований.

Тема 22. Комплекс маркетинга. Разработка нового продукта. Создание бренда. Упаковка товара. Жизненный цикл продукта. Модель комплекса

маркетинга 4P (продукт, цена, продвижение, место продажи). Жизненный цикл продукта, фазы его развития. Формирование узнаваемого бренда, упаковка как инструмент продаж.

Тема 23. Каналы распределения. Оптовая и розничная торговля. Исчезновение посредников. Распределение через агентов. Типы каналов сбыта, логистика товародвижения. Современные тенденции сокращения цепочки поставок. Эффективность использования дистрибьюторских сетей и агентов.

Тема 24. Продвижение. Методы продвижения. Связи с общественностью (PR). Использование социальных сетей в маркетинге. Инструменты и технологии продвижения продукта на рынке. PR-кампании, онлайн-продвижение, роль социальных медиа в продвижении брендов.

РАЗДЕЛ VII. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ.

Тема 25. Мотивация сотрудников. Иерархия потребностей Маслоу. Научный менеджмент. Теория двух факторов. Психология мотивации, пирамида потребностей Маслоу, теории научного менеджмента Тейлора и Херцберга.

Тема 26. Методы мотивации персонала. Финансовое вознаграждение. Акционерное участие. Нефинансовые вознаграждения. Классификация методов поощрения сотрудников, финансовые стимулы и корпоративные бонусы, нефинансовые мотивы, повышение вовлечённости сотрудников.

Тема 27. Организация и управление. Организационная структура. Снижение уровней управления. Роль руководства. Значимость делегирования. Типы организационной структуры предприятий, вертикальное и горизонтальное деление управленческих уровней. Важность эффективного делегирования полномочий и ответственности.

Тема 28. Стили лидерства. Авторитарный, демократичный, либеральный стили. Факторы, влияющие на стиль лидерства. Профсоюзы. Характеристика стилей лидерства и их влияние на коллектив. Формы профсоюзной активности и влияние трудовых коллективов на стратегию компании.

Тема 29. Набор, отбор и обучение работников. Описание должностей. Частичная занятость или полная? Выбор метода набора персонала. Процесс отбора кандидатов. Специфика подбора кадров, подготовка должностных инструкций, различие форм занятости и критериев приёма на работу.

Тема 30. Обучение сотрудников. Зачем важно обучение? Программа адаптации новичков. Профессиональное обучение на рабочем месте. Причины важности непрерывного обучения сотрудников, практика

наставничества и адаптации новичков. Методы развития сотрудников через профессиональное обучение.

РАЗДЕЛ VIII. ВНЕШНИЕ ВЛИЯНИЯ

Тема 31. Бизнес-цикл. Государственный контроль. Процентные ставки. Прямые и косвенные налоги. Расходы бюджета. Макроэкономические показатели, влияние процентных ставок и налогообложения на финансовое состояние организаций.

Тема 32. Экологические внешние эффекты. Правовой контроль. Этические проблемы. Проблематика экологии и устойчивого развития бизнеса, регулирование природоохранных норм, соблюдение этических стандартов и нормы права.

Тема 33. БРИКС. Структура БРИКС. Стратегия роста. Преимущества и недостатки. Перспективы дальнейшего развития. Экономическое объединение Бразилии, России, Индии, Китая и ЮАР, его стратегия и перспективы расширения международного сотрудничества.

Тема 34. Транснациональные корпорации. Преимущества и недостатки. Международная конкурентоспособность. Выгоды и издержки для стран, где расположены ТНК. Развитие и воздействие транснациональных корпораций на мировую экономику, выгоды и риски локализации крупных международных игроков.

Тема 35. Влияние изменений курсов валют. Курсы валют. Как курсы влияют на деятельность компаний? Механизмы колебания валютных курсов, макроэкономические и микроэкономические последствия колебаний валюты для международной торговли и производства.

ПЛАНИРУЕМЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ЛИЧНОСТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

включают: готовность и способность обучающихся к профессиональному самоопределению, осознание социальной значимости своей будущей профессией, формирование высокой мотивации к продолжению обучения на следующей образовательной ступени и вхождению в профессиональную деятельность; способность к системной и целенаправленной познавательной деятельности в рамках профильной подготовки социально-экономического направления «Предпринимательство», формирование системы значимых профессиональных, социальных и межличностных отношений, ценностно-смысловых установок, отражающих личностные и гражданские позиции в деятельности, правосознание, предпринимательскую культуру, способность ставить цели и строить жизненные планы, способность к осознанию национальной идентичности в поликультурном социуме и глобальной экономике.

МЕТАПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

включают освоенные обучающимися меж предметные понятия и универсальные учебные действия (регулятивные, познавательные, коммуникативные), способность их использования в познавательной и социальной практике, самостоятельность в планировании и осуществлении учебной деятельности и организации учебного сотрудничества с педагогами и сверстниками, способность к построению индивидуальной образовательной траектории, владение навыками учебно-исследовательской, проектной и социальной деятельности, а именно:

- объяснение изученных положений на предлагаемых конкретных примерах;
- решение познавательных и практических задач, отражающих типичные экономические ситуации с применением математического аппарата, информационных технологий;
- применение полученных знаний для определения экономически рационального поведения и реализации предпринимательского подхода в различных ситуациях;
- умение обосновывать суждения, давать определения, приводить доказательства;

- поиск нужной информации по заданной теме в источниках различного типа и извлечение необходимой информации из источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.)

- отделение основной информации от второстепенной, критическое оценивание достоверности полученной информации, передача содержания информации адекватно поставленной цели (сжато, полно, выборочно);

- выбор вида чтения в соответствии с поставленной целью (ознакомительное, просмотровое, поисковое и др.);

- работа с текстами различных стилей, понимание их специфики; адекватное восприятие языка средств массовой информации;

- самостоятельное создание алгоритмов познавательной деятельности для решения задач творческого и поискового характера;

- участие в проектной деятельности, владение приемами исследовательской деятельности, элементарными умениями прогноза (умение отвечать на вопрос: «Что произойдет, если...»);

- использование мультимедийных ресурсов и компьютерных технологий для обработки, передачи, систематизации информации, создания баз данных, презентации результатов познавательной и практической деятельности;

- владение основными видами публичных выступлений (высказывания, монолог, дискуссия, полемика), следование этическим нормам и правилам ведения диалога (диспута).

ПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

10 КЛАСС

после прохождения курса «Основы предпринимательства» обучающий будет:

- умение планировать и проводить испытания продукции;
- умение проводить сертификацию продукции и производства;
- владение методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- способность понимать (предвидеть) экологические последствия реализации проектов, разрабатывать меры по снижению возможных экологических рисков.
- **знать:**

- -развитие определения предпринимательства в различных экономических школах и теориях;
- -историю развития российского предпринимательства и меценатства;
- -социально-экономическую сущность, роль и значение предпринимательства в современной экономике;
- -основные нормативные и правовые документы, регулирующие предпринимательскую деятельность;
- -о сущности и видах налогов и налоговых систем, и налоговой ответственности субъектов предпринимательской деятельности;
- -факторы внешней и внутренней среды предпринимательской деятельности;
- -основы и закономерности инновационного развития;
- -основы менеджмента и маркетинга;
- -методы управления риском в предпринимательской деятельности;
- -направления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства;
- -порядок создания и ликвидации субъекта предпринимательской деятельности;
- -дизайн-мышление.
- **уметь:**
 - -генерировать бизнес-идеи;
 - -разрабатывать бизнес-модели;
 - -осуществлять выбор сферы предпринимательской деятельности и организационно-правовой формы;
 - -оформлять документы, необходимые для государственной регистрации вновь создаваемой фирмы и лицензирования деятельности, а также ее ликвидации;
 - -рассчитывать потребность, определить источники и осуществить организационное обеспечение финансирования проекта;
 - -выстраивать бизнес-процессы и управлять ими;
 - -формировать команду и проявлять лидерские качества;
 - -определять эффективность предпринимательской деятельности.
- **владеть:**
 - -методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков;
 - -методами выстраивания маркетинговых коммуникаций;

- -навыками выступления перед аудиторией;
- -методами финансового и инвестиционного анализа;
- -навыками запуска сатрапа;
- -методами оптимизации бизнеса.

11 КЛАСС

после прохождения курса «Основы предпринимательства» обучающий будет:

знать:

- -развитие определения предпринимательства в различных экономических школах и теориях;
- -историю развития российского предпринимательства и меценатства;
- -социально-экономическую сущность, роль и значение предпринимательства в современной экономике;
- -основные нормативные и правовые документы, регулирующие предпринимательскую деятельность;
- -о сущности и видах налогов и налоговых систем, и налоговой ответственности субъектов предпринимательской деятельности;
- -факторы внешней и внутренней среды предпринимательской деятельности;
- -основы и закономерности инновационного развития;
- -основы менеджмента и маркетинга;
- -методы управления риском в предпринимательской деятельности;
- -направления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства;
- -порядок создания и ликвидации субъекта предпринимательской деятельности;
- -дизайн-мышление.

уметь:

- -генерировать бизнес-идеи;
- -разрабатывать бизнес-модели;
- -осуществлять выбор сферы предпринимательской деятельности и организационно-правовой формы;

- -оформлять документы, необходимые для государственной регистрации вновь создаваемой фирмы и лицензирования деятельности, а также ее ликвидации;
- -рассчитывать потребность, определить источники и осуществить организационное обеспечение финансирования проекта;
- -выстраивать бизнес-процессы и управлять ими;
- -формировать команду и проявлять лидерские качества;
- -определять эффективность предпринимательской деятельности.

владеть:

- -методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков;
- -методами выстраивания маркетинговых коммуникаций;
- -навыками выступления перед аудиторией;
- -методами финансового и инвестиционного анализа;
- -навыками запуска стартапа;
- -методами оптимизации бизнеса.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
10 КЛАСС

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Количество часов	Основное содержание	Основные виды деятельности	Электронные (цифровые) образовательные ресурсы
1	РАЗДЕЛ I. ГЕНЕРАЦИЯ БИЗНЕСА И СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ	7	Тема 1. Предпринимательство как вид деятельности Тема 2. Основы бизнес- моделирования Тема 3. Стартап	Лекции, семинары, деловые игры, практикумы, проектная деятельность	
2	РАЗДЕЛ II. ОРГАНИЗАЦИОННО- УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	8	Тема 4. Основы менеджмента в предпринимательской деятельности Тема 5. Основы маркетинга в предпринимательской деятельности Тема 6. Правовые аспекты предпринимательства	Лекции, семинары, деловые игры, практикумы, проектная деятельность	
3	РАЗДЕЛ III. ИНФОРМАЦИОННО-	6	Тема 7. Информационно-	Лекции, семинары,	

	АНАЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ		аналитическое обеспечение Тема 8. Продвижение проекта в социальных сетях Тема 9. Дизайн- мышление	деловые игры, практикумы, проектная деятельность	
4	РАЗДЕЛ IV. РАСЧЕТНО- ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	6	Тема 10. Основы экономики бизнеса Тема 11. Управление инвестициями и инновациями в бизнесе Тема 12. Управление финансами бизнеса	Лекции, семинары, деловые игры, практикумы, проектная деятельность	
5	РАЗДЕЛ V. ПРОИЗВОДСТВЕННО- ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	7	Тема 13. Управление бизнес-процессами Тема 14. Бережливое производство Тема 15. Национально- технологическая инициатива в предпринимательстве	Лекции, семинары, деловые игры, практикумы, проектная деятельность	
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММЕ		34			

11 КЛАСС

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Количество часов	Основное содержание	Основные виды деятельности	Электронные (цифровые) образовательные ресурсы
1	РАЗДЕЛ VI. МАРКЕТИНГ	16	Тема 16. Введение в маркетинг, конкуренция и потребитель Тема 17. Определение маркетинга. Сосредоточенность на клиенте и продукте. Верность бренду Тема 18. Методы закрепления лояльности потребителей. Отношения с клиентами. Тема 19. Уникальные торговые преимущества (УТП). Дифференциация продуктов. Тема 20. Рынок. Его изменения. Паттерны	Лекции, семинары, деловые игры, практикумы, проектная деятельность	

			потребления товаров. Влияние конкуренции на рынки. Нишевый и массовый маркетинг. Сегментация рынков Тема 21. Маркетинговые исследования. Первичное исследование. Вторичное исследование. Точность исследований. Презентация результатов исследований. Тема 22. Комплекс маркетинга. Разработка нового продукта. Создание бренда. Упаковка товара. Жизненный цикл продукта. Тема 23. Каналы распределения. Оптовая и розничная		
--	--	--	---	--	--

			торговля. Исчезновение посредников. Распределение через агентов Тема 24. Продвижение. Методы продвижения. Связи с общественностью (PR). Использование социальных сетей в маркетинге.		
2	РАЗДЕЛ VII. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	9	Тема 25. Мотивация сотрудников. Иерархия потребностей Маслоу. Научный менеджмент. Теория двух факторов Тема 26. Методы мотивации персонала. Финансовое вознаграждение. Акционерное участие. Нефинансовые вознаграждения. Тема 27. Организация и управление.	Лекции, семинары, деловые игры, практикумы, проектная деятельность	

			Организационная структура. Снижение уровней управления. Роль руководства. Значимость делегирования Тема 28. Стили лидерства. Авторитарный, демократичный, либеральный стили. Факторы, влияющие на стиль лидерства. Профсоюзы Тема 29. Набор, отбор и обучение работников Описание должностей. Частичная занятость или полная? Выбор метода набора персонала. Процесс отбора кандидатов Тема 29. Обучение сотрудников. Зачем важно обучение? Программа адаптации		
--	--	--	--	--	--

			новичков. Профессиональное обучение на рабочем месте		
3	РАЗДЕЛ VIII. ВНЕШНИЕ ВЛИЯНИЯ	8	Тема 30. Бизнес-цикл. Государственный контроль. Процентные ставки. Прямые и косвенные налоги. Расходы бюджета Тема 31. Экологические внешние эффекты. Правовой контроль. Этические проблемы. Тема 32. БРИКС Структура БРИКС. Стратегия роста. Преимущества и недостатки. Перспективы дальнейшего развития Тема 33. Транснациональные корпорации. Преимущества и	Лекции, семинары, деловые игры, практикумы, проектная деятельность	

			недостатки. Международная конкурентоспособность. Выгоды и издержки для стран, где расположены ТНК. Тема 34. Влияние изменений курсов валют. Курсы валют. Как курсы влияют на деятельность компаний?		
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММЕ		33			

ПОУРОЧНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
10 КЛАСС

№ п/п	Тема урока	Количество часов			Электронные цифровые образовательные ресурсы
		Всего	Контрольные работы	Практические работы	
1	Предпринимательство как вид деятельно-сти	2		1	
2	Основы бизнес-моделирования	2		1	
3	Стартап	3		1	
4	Основы менеджмента в предпринима-тельской деятельности	2		1	
5	Основы маркетинга в предприниматель-ской деятельности	3		1	
6	Правовые аспекты предпринимательства	3		1	
7	Информационно-аналитическое обеспе-чение	2		1	
8	Продвижение проекта в социальных се-тях	2		1	
9	Дизайн-мышление	2		1	
10	Основы экономики бизнеса	2		1	
11	Управление инвестициями и	2		1	

	инноваци-ями в бизнесе				
12	Управление финансами бизнеса	2		1	
13	Управление бизнес-процессами	2		1	
14	Бережливое производство	2		1	
15	Национально-технологическая инициа-тива в предпринимательстве	3		1	
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММЕ		34	0	15	

11 КЛАСС

№ п/п	Тема урока	Количество часов			Электронные цифровые образовательные ресурсы
		Всего	Контрольные работы	Практические работы	
1	Введение в маркетинг, конкуренция и потре-битель	2		1	
2	Определение маркетинга. Сосредоточенность на клиенте и продукте. Верность бренду	2		1	
3	Методы закрепления лояльности потребите-лей. Отношения с клиентами.	2		1	
4	Уникальные торговые преимущества (УТП). Дифференциация продуктов.	1			
5	Рынок. Его изменения. Паттерны потребления то-варов. Влияние конкуренции на рынки. Нишевый и массовый маркетинг. Сегментация рынков	2		1	
6	Маркетинговые исследования. Первичное ис-следование. Вторичное исследование. Точ-ность	2		1	

	исследований. Презентация результатов исследований.				
7	Комплекс маркетинга. Разработка нового продукта. Создание бренда. Упаковка товара. Жизненный цикл продукта.	2		1	
8	Каналы распределения. Оптовая и розничная торговля. Исчезновение посредников. Распределение через агентов	1			
9	Продвижение. Методы продвижения. Связи с общественностью (PR). Использование соци-альных сетей в маркетинге.	2		1	
10	Мотивация сотрудников. Иерархия потребностей Маслоу. Научный менеджмент. Теория двух фак- торов	2		1	
11	Методы мотивации персонала. Финансовое воз-награждение. Акционерное участие. Нефинансо- вые вознаграждения.	1			
12	Организация и управление. Организационная структура.	2		1	

	Снижение уровней управления. Роль руководства. Значимость делегирования				
13	Стили лидерства. Авторитарный, демократич-ный, либеральный стили. Факторы, влияющие на стиль лидерства. Профсоюзы	2		0	
14	Набор, отбор и обучение работников Описание должностей. Частичная занятость или полная? Выбор метода набора персонала. Процесс отбора кандидатов	1			
15	Обучение сотрудников. Зачем важно обучение? Программа адаптации новичков. Профессиональ-ное обучение на рабочем месте	1			
16	Бизнес-цикл. Государственный контроль. Про-центные ставки. Прямые и косвенные налоги. Рас-ходы бюджета	2			
17	Экологические внешние эффекты. Правовой контроль. Этические проблемы.	1			
18	БРИКС Структура БРИКС.	2			

	Стратегия роста. Пре-имущества и недостатки. Перспективы дальнейшего развития				
19	Транснациональные корпорации. Преимущества и недостатки. Международная конкурентоспособность. Выгоды и издержки для стран, где расположены ТНК	2			
20	Влияние изменений курсов валют. Курсы валют. Как курсы влияют на деятельность компаний?	1			
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММ		33	0	9	

