

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Министерство образования Приморского края

Администрация Уссурийского округа

МБОУ СОШ №6

Рассмотрено
Руководитель ШМО

Э.Э. Труш Э.Э. Труш

Протокол №1
от 29.08.2024 г.

Согласовано
ЗДМР

Э.Э. Труш Э.Э. Труш

Протокол №1
от 30.08.2024



Директор Т.В. Югадова

Приказ № 300
от 30.08.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

среднего общего образования

по элективному курсу «Основы предпринимательства и маркетинга»

для обучающихся 10-11 классов

Уссурийск 2024

Пояснительная записка

Рабочая программа по элективному курсу «Основы предпринимательства и маркетинга» составлена на основе авторских программ С.Н. Гудырина по Основам маркетинга. (Сборник программно-методических материалов по экономике для общеобразовательных учреждений. /Составитель Л.Н. Поташева. – М.: Вита-Пресс, 2008 с.204- 215) и Симоненко В.Д. «Основы предпринимательства» для 10,11 классов. (Сборник программно-методических материалов по экономике для общеобразовательных учреждений / Сост.Б.И. Мишин, Л.Н. Поташева. – М.: Вита-Пресс, 2008 с.186-191; 204- 215).

Рабочая программа ориентирована на использование учебных пособий: Брехова Ю.Б. Финансовая грамотность 10-11 классы (материалы для учащихся). – М.: ВИТА-ПРЕСС, 20

Программа рассчитана на 68 часов за 2 года (1 час в неделю в течение 2-х лет) :34 часа в 10 классе и 34 – в 11классе.

Формирование умений и навыков по данному курсу осуществляется путём использования методов активного обучения, анализа конкретных ситуаций, деловых и ролевых игр.

Цель курса:

формирование у школьников цельных представлений о процессах, связанных с предпринимательской деятельностью,

формирование культуры экономического мышления, умение выносить аргументированные суждения по экономическим вопросам, обретение опыта в анализе конкретных ситуаций,

формирование навыков практической деятельности в сфере бизнеса и предпринимательства, пробуждение интереса к финансовым расчётам, анализу и методам управления,

формирование способности к саморазвитию, самообразованию, воспитание инициативы и активности учащихся, самостоятельности и принятия решений.

Задачи курса:

развитие гражданского образования, экономического образа мышления; потребности в получении знаний по маркетингу и предпринимательству и интереса к изучению маркетинга и предпринимательства и других экономических дисциплин; способности к личному

усвоение базовых понятий и терминов курса, используемых для описания процессов и явлений, происходящих в сфере маркетинга и предпринимательской деятельности, для интерпретации экономических данных и информации;

формирование функциональной экономической грамотности, позволяющей анализировать проблемы и происходящие изменения в сфере экономики и предпринимательства, вырабатывать 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 поведения 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 осмыслением;

формирование информационной культуры школьников, умение отбирать информацию и работать с ней на различных носителях, понимание роли информации в деятельности маркетолога и предпринимателя.

Программа призвана помочь осуществлению выпускниками осознанного выбора путей продолжения образования или будущей профессиональной деятельности.

Требования к уровню подготовки обучающихся

В результате изучения основ маркетинга и предпринимательской деятельности **учащийся должен: знать/понимать**

этапы развития маркетинга в России и за рубежом; основные понятия маркетинга; роль маркетинга в системе управления предприятием; концепции маркетингового управления; особенности взаимоотношений общества и маркетинга;

субъекты рыночной деятельности, составляющие маркетинговую микросреду предприятия; составляющие маркетинговой макросреды предприятия; тенденции в развитии маркетинговой макросреды в России; взаимодействие предприятия с маркетинговой средой;

особенности потребительского рынка и рынка предприятий и организаций; факторы, влияющие на поведение потребителя; этапы процесса принятия решения о покупке и действия производителя товара на каждом из этих этапов; факторы, влияющие на поведение предприятий и организаций как потребителей;

смысл сегментирования рынка; понятие целевого рынка; этапы сегментирования рынка; критерии сегментирования рынка потребительских товаров; три типа целевых рынков (стратегий сегментирования);

смысл дифференцирования и позиционирования предложения товара; способы дифференцирования предложения товара; стратегии и этапы позиционирования предложения товара;

понятие товара; классификации потребительских товаров и товаров производственного назначения; решения, принимаемые предприятиями при создании товарного ассортимента; различные подходы к созданию нового товара; этапы процесса создания нового товара; особенности этапов жизненного цикла товара и основные задачи предприятия на каждом этапе; смысл присвоения товарам товарных марок и основные решения, принимаемые предприятием при их использовании; проблемы использования упаковки и маркировки товара; факторы ценообразования; понятие эластичности спроса по цене для установления цены на товар и выбора оптимального объема продаж; различные подходы к

ценообразованию; методы ценообразования; виды скидок; смысл установления дискриминационных цен;

понятие о каналах распространения товаров; особенности интенсивного, эксклюзивного и избирательного распространения товаров; выбор предприятиями решения об участниках канала распространения; функции системы товародвижения; функции оптовой и розничной торговли; виды предприятий розничной торговли;

элементы комплекса продвижения (реклама, стимулирование сбыта, личная продажа и формирование общественного мнения), их цели и задачи, преимущества и недостатки; основные решения, связанные с разработкой рекламной кампании, кампаний по стимулированию сбыта и формированию общественного мнения; средства рекламы, стимулирования сбыта и формирования общественного мнения; этапы процесса личной продажи; методы формирования бюджета кампаний по продвижению товаров;

что такое предпринимательство; физическое и юридическое лицо; лицензия, индивидуальный предприниматель; малое предпринимательство; Единый социальный налог, совокупный доход предприятия;

предпринимательская идея; бизнес-план, разделы бизнес-плана, план маркетинга, организационный план, финансовый план; инновация, пробный маркетинг;

информационные технологии, текстовый редактор, графический редактор, бухгалтерская программа, электронная почта, компьютерная сеть, базы данных, система компьютерного моделирования;

риск, диверсификация, страхование, хеджирование, лимитирование; конкуренция, монополия,

олигополия, ценовая и неценовая конкуренция, антимонопольное регулирование

понятия: издержки производства,

себестоимость, калькуляция затрат; цена, тарифы; налог, сбор, акциз, НДС;

прибыль, балансовая, валовая, чистая прибыль;

финансовый менеджмент, уставный капитал, факторинг, эмиссия ценных бумаг, добавочный капитал;

уметь

характеризовать: основные объекты маркетинга предпринимательства, выделяя их существенные признаки, закономерности развития;

анализировать: актуальную информацию о маркетинговых объектах, выявляя их общие черты и различия; устанавливать соответствия между существенными чертами и признаками изученных рыночных явлений и маркетинговыми понятиями;

объяснять: причинно-следственные и функциональные связи изученных маркетинговых объектов и объектов предпринимательства (включая взаимодействия предприятия и потребителя, субъектов рыночной деятельности, составляющих маркетинговую микросреду предприятия, основных составляющих маркетинговой макросреды предприятия, рынков, общества в целом);

раскрывать на примерах изученные понятия и теоретические положения основ маркетинга и предпринимательства;

осуществлять поиск экономической информации, представленной в различных знаковых системах (текст, схема, таблица, диаграмма, аудиовизуальный ряд); извлекать из неадаптированных оригинальных текстов (правовых, научно-популярных, публицистических и др.) знания по заданным темам; систематизировать, анализировать и обобщать неупорядоченную экономическую (маркетинговую и бизнес) информацию; Определять показатели эффективности на конкретных примерах и при решении задач.

Составить рекламу конкретного товара или услуги на основе полученных знаний. Применять полученные знания для решения практических вопросов и проблем. формулировать на основе приобретенных знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам маркетинга и предпринимательства; подготовить выступление, презентацию, творческую работу по маркетинговой или предпринимательской проблематике.

Содержание

10 класс

История развития предпринимательства. Предпринимательство и предприниматель. Предпринимательство как явление.

Предпринимательская среда. Внешняя предпринимательская среда. Внутренняя предпринимательская среда.

Индивидуальный предприниматель и организованно – правовые формы предпринимательской деятельности . Кто такой индивидуальный предприниматель? Организационно – правовые формы предприятий.

Малое предпринимательство . Понятие о малом предпринимательстве. Формы государственной поддержки малого предпринимательства.

Создание и развитие нового предприятия. Цели и этапы создания собственного дела. Пути создания нового дела.

Бизнес – планирование в деятельности предпринимателей. Состав и ценность бизнес – плана .Основные разделы бизнес – плана. Деловая практика.

Финансовое обеспечение текущей деятельности предпринимательской организации. Понятие о финансах фирмы. Источники финансовых ресурсов для создания и развития фирмы. Привлечение заёмного капитала. Анализ финансового состояния предприятия.

Основы бухгалтерского учёта. Бухгалтерский учёт, его сущность и значение. Система счетов и двойная запись. Бухгалтерский баланс. Документация и делопроизводство.

Налогообложение предпринимательской деятельности. Виды налогов и сборов, подлежащие уплате предпринимателями. Элементы налогообложения. Меры и способы обеспечения исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов. Из истории налогообложения. На что идут деньги, собранные от налогов.

Культура предпринимательства .Культура предпринимательства.

Предпринимательский риск . Предпринимательский риск. Предпринимательская этика. Культура предпринимательства.

11 класс

Основы маркетинга. Сущность маркетинга и концепций маркетинговой деятельности. Что такое маркетинг? Управление маркетингом.

Анализ рынка для фирмы Система маркетинговых исследований. Потребительские рынки и покупательское потребление потребителей. Сегментирование рынка.

Разработка товаров. Товар, товарная марка, упаковка. Разработка нового товара.

Установление цен на товары. Установление цен на товары.

Методы распространения товаров. Каналы распределения. Товародвижение. Розничная торговля. Оптовая торговля.

Продвижение товаров. Реклама, стимулирование сбыта. Личная продажа и управление сбытом. **Управление и контроль маркетинга.** Планирование маркетинга. Виды маркетинговой стратегии. Маркетинговый контроль.

Основы менеджмента. Понятие менеджмент и менеджер. Понятие менеджмент и менеджер.

Развитие управленческой мысли. История развития науки управления. Процессный и системный подходы.

Ситуационный подход. Стратегическое управление. Основные положения ситуационного подхода. Понятие стратегического управления.

Человек и организация. Мотивация. Влияние, власть, лидерство. Человек и организации. Влияние и власть.

Коммуникации. Конфликты и стрессы в организациях. Коммуникации и управление. Управление конфликтом. Решение проблемных ситуаций.

Методы и модели выработки и принятия управленческого решения. Методы и модели выработки и принятия управленческого решения. Модели и методы принятия решений. Решение проблемных ситуаций.

Организационная культура. Организационная культура. Решение практических ситуаций.

Тематическое планирование

10 класс

№	Дата проведения	Название разделов, тем, уроков	Основные понятия темы
		История развития предпринимательства – 3 ч.	П. как особый вид п-ой деятельности. Роль П. в экономике. Виды П. Знания и умения, которыми владеет п-ль.
		Предпринимательская среда – 3ч.	Сущность П. среды. Внешняя и внутренняя П. среда. Рынок – среда существования предпринимателей.
		Индивидуальный предприниматель и организованно – правовые формы предпринимательской деятельности – 3ч.	Кто может стать индив. Предпр.? Порядок государственной регистрации гражданина в качестве инд. П. Налогообложение И.П. Формы организации П.дея-ти, допускаемые российским законодательством. Достоинства и недостатки различных форм предприятий.
		Малое предпринимательство – 2ч.	Понятие о малом П. Его преимущества и недостатки. Роль

	малого П. в экономике. Льготы для малого П.,
Создание и развитие нового предприятия – 2ч.	Источники новых идей. Методы творческого решения проблемы. Общие условия создания собственного дела. Этапы создания собственного дела. Его идеи и цели.
Бизнес – планирование в деятельности предпринимателей – 4	Состав и ценность бизнес – плана. Необходимая информация для его составления. Составляющие бизнес – плана.
Основы бухгалтерского учёта – 5 ч.	Бухгалтерский учёт, его сущность и значение. Система счетов и двойная запись. Бухгалтерский баланс. Документация и делопроизводство.
Налогообложение предпринимательской деятельности – 5ч.	Виды налогов и сборов. Элементы налогообложения. Налог на прибыль. Налог на добавленную стоимость. Налог на имущество предприятия. Меры и способы обеспечения исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов.
Культура предпринимательства – 3ч.	Сущность культуры предпринимательства. Культура предпр. Организаций.
Предпринимательский риск – 3ч.	Предпринимательская этика.

**Тематическое планирование
11 класс**

№	Дата проведения	Название разделов, тем, уроков	Основные понятия темы	Домашнее задание
Основы маркетинга – 16ч.				
Сущность маркетинга и концепций маркетинговой деятельности – 2ч.				
		Анализ рынка для фирмы – 3ч.	<p>Определение маркетинга, его роль в экономике. Содержание понятий нужда, потребности, товар, обмен, сделка, рынок.</p> <p>Управление маркетингом и его задачи. Концепция управления маркетингом: совершенствование производства, интенсификация</p>	

	<p>коммерческих усилий, социально – этический маркетинг. Процесс управления маркетингом: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.</p>	
<p>Разработка товаров – 2ч.</p>	<p>Товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Классификация товаров. Товарная марка, упаковка, её функции и варианты. Этапы разработки нового товара: формирование идей, отбор идей, разработка замысла и его проверка, разработка предварительной стратегии маркетинга, анализ возможностей производства и сбыта, разработка товара, испытание в рыночных условиях, развёртывание коммерческого производства. Жизненный цикл товаров. Процесс создания брэнда.</p>	
<p>Установление цен на товары – 2ч.</p>	<p>Ценообразование на разных этапах рынка. Постановка задач. Определение спроса. Оценка издержек. Анализ цен и товаров конкурентов. Выбор метода ценообразования. Установление окончательной цены.</p>	
<p>Методы распространения товаров – 2ч.</p>	<p>Каналы распределения</p>	

	<p>товаров. Уровень канала распределения. Товаропродвижение. Цели. Розничная и оптовая торговля. Функции основных торговцев. Виды предприятий оптовой торговли.</p>	
<p>Продвижение товаров – 2ч.</p>	<p>Определение продвижения товаров. Функции продвижения. Основные средства продвижения: реклама, стимулирование сбыта и пропганда. Личная продажа и управление сбытом.</p>	
<p>Управление и контроль маркетинга – 3ч.</p>	<p>Планирование маркетинга. Виды маркетинговой стратегии. Маркетинговый контроль.</p>	
<p>Основы менеджмента – 18ч.</p> <p>Понятие менеджмент и менеджер – 1ч.</p>		
<p>Развитие управленческой мысли – 2ч.</p>		
<p>Ситуационный подход. Стратегическое управление – 2ч.</p>	<p>Подходы на основе выделения различных школ. Процессный подход. Функции процесса управления. Связующие процессы. Системный подход. Типы систем. Представление организации как системы.</p>	
<p>Человек и организация. Мотивация. Влияние, власть, лидерство – 3ч.</p>	<p>Ситуационный подход. Стратегическое управление. Внутренние переменные и внешние факторы, влияющие на деятельность организации. Миссия и цели организации. Эталонные стратегии бизнеса.</p>	
<p>Проектирование работы и построение организационных структур – 1ч.</p>	<p>Специализация труда. Масштабы сложности работы. Модели</p>	<p>Отличие специализации от</p>

	проектирования работы. Централизация и децентрализация полномочий. Типы организационных структур. Стратегия и структура организации.	кооперирования
Коммуникации. Конфликты и стрессы в организациях -3ч.	Типы коммуникаций. Коммуникативный процесс. Межличностные и организационные коммуникации. Стили. Конфликты в организациях. Причины возникновения конфликтов. Управление конфликтами. Стрессы.	
Методы и модели выработки и принятия управленческого решения – 3 ч.	Принятие решений. Уровни. Среда. Понятие моделирования. Виды моделей. Методы принятия решений.	Виды моделей. Моделирование оптимального варианта.
Организационная культура – 3ч	Принятие решений. Уровни принятия решения в организации. Среда принятия решений. Понятие моделирования. Методы принятия решений.	
Итого – 34 часа		

Литература и средства обучения

для учителя

основная: Брехова Ю.Б. Финансовая грамотность 10-11 классы (материалы для учащихся). – М.: ВИТА-ПРЕСС, 2016

дополнительная:

Основы маркетинга С. В. Карпова, И. А. Фирсова М: Феникс; 2011. - 286 с. Гудырин С. Н. Основы маркетинга: Учебн. пособие для 10—11 кл. — М.: Вита-Пресс, 2005. Гудырин С. Н. Основы маркетинга: Метод, пособие. — М.: Вита-Пресс, 2005 - 240 с. и учебных пособий: Основы предпринимательства: Элективный курс. Учебное пособие для 10-11 классов. - М.: Вита-Пресс, 2005. - 176с., ил.

Основы предпринимательства. Коротко и по делу Электронное учебное пособие Компьютерная программа 2008 г. Издатель: 1С Разработчик: Кордис & Медиа Симоненко В.Д. Основы предпринимательства: Метод. Пособие. - М.: Вита-Пресс,

Интернет-ресурсы: [http:// school-collection.edu.ru](http://school-collection.edu.ru)

[http:// school-collection.edu.ru/catalog/teacher/](http://school-collection.edu.ru/catalog/teacher/)

www.delovoy.ru

www.devbusiness.ru