



№ 09 2021ж



Календарно – тематическое планирование  
по предмету  
«Основы  
Предпринимательства и бизнеса»

Учитель:  
Бехтольд М.А. *Behtold*

Зерендинский район  
села Айдабол

## Пояснительная записка

Учебная программа для учащихся 10 классов

Настоящая учебная типовая программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования Республики Казахстан от 31 октября 2018г. №604Об утверждении государственных общеобразовательных стандартов образования всех уровней образования

**Главная цель курса «Основы предпринимательства»** — сформировать у старшеклассников положительное отношение к предпринимательству, заложить первоначальные знания и умения по предпринимательству как одной из важных сфер человеческой деятельности; развивать потребность в инновационной деятельности по производству товаров и услуг.

### Цели изучения курса:

- 1) формировать научное мировоззрение, способствующее осознанию возможностей человека и его места в новых социально-экономических условиях;
- 2) формировать у старшеклассников знания о предпринимательстве как важнейшей сфере человеческой деятельности;
- 3) развивать экономическую, технологическую и правовую культуру;
- 4) воспитывать творческую, конкурентоспособную личность, обладающую такими качествами, как самостоятельность, предприимчивость, деловитость, ответственность, расчет риска при принятии решений, эффективные действия в условиях конкуренции;
- 5) развивать предпринимательскую инициативу старшеклассников, их потенциальные возможности и способности в сфере экономики и предпринимательства Казахстана, в том числе способности к самообразованию и саморазвитию;
- 6) решать задачи профессиональной ориентации школьников и самоопределения личности с учетом профессиональных предпочтений.

### Задачи изучения курса:

- 1) усвоение базовых понятий и терминов курса, используемых для описания процессов и явлений, происходящих в сфере предпринимательской деятельности, для интерпретации экономических данных и информации;
- 2) формирование функциональной экономической грамотности, позволяющей анализировать проблемы и происходящие изменения в сфере экономики и предпринимательства, выработать 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, планирование предпринимательской деятельности и составления бизнес-плана;

выработка навыков проведения 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 рассмотрением;

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

абочая программа рассчитана на 34 учебных занятий – 1 час в неделю.

Методика обучения старшеклассников предпринимательской деятельности предполагает определение путей и средств эффективной подготовки школьников основам предпринимательства, включая все стороны этого процесса: содержание учебного материала, методы преподавания, знавательная деятельность учащихся, результаты обучения и др.

чебный процесс, базируясь на единых для всех школьных дисциплин

эдагогических принципах, осуществляется с учетом особенностей предпринимательской деятельности, которые влияют на его организацию.

особенно важно соответствие содержания образования потребности

ищества в формировании нового типа работников — предпринимчивых,

экономически грамотных, профессионально образованных, способных

астро адаптироваться в различных рыночных ситуациях.

связи с этим одним из приоритетных направлений современного

образования является обучение учащихся основам предпринимательства,

адаптация и ориентация в рыночных условиях, формирование

экономического мышления, развитие экономической культуры населения.

Изучение курса способствует воспитанию экономического грамотного

кажданна страны, обладающего качествами лидера, умеющего принять

ишение и прогнозировать его последствия, уважающего экономические

кавал и свободы других людей, готового поделиться своими знаниями и

ытотом, предпринимчивого и ответственного хозяина своего бизнеса.

зучение данной дисциплины планируется в 10 классе, так как

экономическая и правовая подготовка необходима каждому гражданину

изахстана для успешной деятельности в условиях рыночной экономики.

В процессе преподавания этой дисциплины используются различные формы и методы обучения:

деловые игры,

тесты,

викторины,

практикумы,

закрепляющие полученные теоретические знания посредством решения экономических задач,

анализа ситуаций и математических расчетов,

разнообразные кроссворды по экономическим терминам.



Долгосрочный план  
по реализации Типовой учебной программы  
по учебному предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» для 10 класса  
уровня общего среднего образования по обновленному содержанию  
(общественно-гуманитарное направление,  
естественно-математическое направление)

9-класс: 1 час в неделю, 34 часов в учебном году

Разделы	Темы, содержание	Цели обучения	Кол-во часов	Дата занятий
1-я четверть, 1. Введение	Предпринимательство как экономическое явление	10.1.1.1. понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благ»; 10.1.1.2. знать предмет, цели и задачи предпринимательства 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	9 часов	
2. Предпринимательская деятельность	«Предпринимательство, бизнес и я»	10.1.3.1. рассматривать предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации; 10.1.3.2. оценивать значимость формирования идеи как компетенции предпринимателя; 10.1.3.3. применять инструмент для формирования бизнес-идей	1	07.09
3. Предпринимательский подход: инициативность и непрерывное стремление к развитию и инноваторству	Идея как основа предпринимательской деятельности. Инструменты формирования идей, внешняя оценка идей	10.1.4.1. знать ресурсы и факторы производства для производства товаров и услуг; 10.1.4.2. понимать разницу между ресурсами и факторами и необходимыми для производства товаров и услуг	1	14.09
4. Ресурсы и процессы производства	Ресурсы и факторы производства	10.1.5.1. понимать законы спроса и предложения; 10.1.5.2. знать факторы влияющие на спрос и предложение	2	21.09
5. Механизм функционирования рынка	Законы спроса и предложения. Факторы влияющие на		2	28.09
			2	05.10
			2	12.10

спрос и предложение	Формирование рыночного равновесия.	Эластичность спроса и предложения	2-я четверть, Предпринимательство в современных условиях	8 часов	
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		2.1 С чего начинается бизнес? 2.2 Виды предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы предпринимательства 2.3 Старт-культура	1	26.10
			Анализ развития предпринимательства в современных условиях.	1	16.11
			Виды предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы предпринимательства	2	23.11
			Старт-культура. Разница между стартом и действующим бизнесом	1	30.11
			2.3 Старт-культура	1	07.12
			2.4 Инновации и тренды в предпринимательстве, (мировые, региональные, мода/дежне) компании	2	14.12
			Особенность развития предпринимательства в Казахстане. Тренды в предпринимательстве. Инновации в предпринимательской деятельности	2	21.12
			10.2.3.1. описывать понятие стартапа; 10.2.3.2. различать стартап и действующий бизнес	1	
			10.2.4.1. понимать географическую региональную особенность развития предпринимательства в Казахстане; 10.2.4.2. распознать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане; 10.2.4.3. анализировать прогнозы трендов предпринимательства на будущие периоды времени	2	
			10.2.5.1. описывать примеры новой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; 10.2.5.2. описывать виды	1	28.12



6	Основные Ценовая и целевая, совершенная и несовершенная конкуренция Цена как экономическая категория Ценообразование и функции цены как экономической категории	рыночной экономики. Ценовая и целевая, совершенная и несовершенная конкуренция Цена как экономическая категория Ценообразование и функции цены как экономической категории	конкурентных стратегий и конкурентов; 10.2.5.3 приводить доводы о целесообразности применения ценовой и ценовой конкуренции	1	18.02
7	3-я четверть, Маркетинг в действии История маркетинга, Современный маркетинг	История маркетинга, Современный маркетинг	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	9 часов 1	18.01
8	2 Маркетинг-микс	Маркетинг-микс	10.3.2.1 понимать состав маркетинг-микса 4Р, 4С; 10.3.2.2 различать формат применения 4Р, 4С	1	25.01
9	3 Кабинетные полевые исследования	Кабинетные и полевые исследования	10.3.3.1 описывать различия между полевыми и кабинетными исследованиями; 10.3.3.2 применять методологию полевых и кабинетных исследований	1	01.02
10	4 SWOT- анализ	Комплекс внутренних и внешних факторов, влияющих на развитие компании	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	08.02
11	5 Целевая аудитория, портрет клиента	Сегментирование пользователей, Целевая аудитория, Построение портрета клиента	10.3.5.1 понимать сущность и принципы сегментации потребителя; 10.3.5.2 определять потребности определенной целевой аудитории	1	15.02
12	6 Бренд	Бренд и его составляющие	10.3.6.1 знает основные составляющие бренда 10.3.6.2 различает описательную и	1	22.02

3.7 Маркетинговые коммуникации	Реклама, PR. Традиционные (классические) виды рекламы Прямое воздействие на целевую аудиторию	творческую плоскость бренда 10.3.6.3 применяет навыки для описания платформы бренда 10.3.7.1 различать комплекс маркетинговых коммуникаций АП, ВП. 10.3.7.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством АП, ВП	1	01.03
3.8 Онлайн маркетинговые коммуникации	Современные инструменты цифрового маркетинга. Сайт как инструмент цифрового маркетинга Продвижение в социальных медиа	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	1	15.03
4.1 Введение в дизайн-мышление	4-я четверть, Дизайн мышления Метод создания продуктов, ориентированных на человека	10.4.1.1 понимать сущность дизайн-мышления; 10.4.1.2 понимать, где он может применяться навыки дизайн-мышления; 10.4.1.3 сравнивать преимущества подходов дизайн-мышления по сравнению с традиционными способами поиска бизнес-идей и организации бизнес-процессов	8 часов 1	05.04
4.2 Эмпатия	Глубокое погружение в проблемную область и опыт пользователей	10.4.2.1 уметь определять группы пользователей, которых затронет проект, прямо или косвенно; 10.4.2.2 понимать принципы эмпатии и уметь применять их на практике; 10.4.2.3 уметь составлять интервью и последовательно организовывать последовательность вопросов	2	16.04 17.04
4.3 Анализ и синтез	Формулировка конкретной значимой и реализуемой задачи	10.4.3.1 уметь обозначать и описывать проблему; 10.4.3.2 определять наиболее значимые выводы, полученные из интервью;	1	26.04

4.4 Генерация идей	Генерация идей и выбор решения	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	
4.5 Прототипирование	Создание модели для тестирования найденных решений	10.4.4.1 понимать принципы и необходимость брейнсторминга; 10.4.4.2 знать правила проведения брейнсторминга и уметь соблюдать их; 10.4.4.3 знать и следовать этапам брейнсторминга систематизировать высказанные идеи и выбирать наиболее перспективные	1	03.05
4.6 Тестирование	Получение обратной связи и поиск наилучшего решения	10.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования; 10.4.5.2 применить основные методы прототипирования	1	10.05 17.05 17.05
4.7 Сторителлинг	Презентация проработанного материала	10.4.6.1 понимать значимость тестирования для дизайнера; ориентированного на человека; 10.4.6.2 осознавать значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже, развить эмпатично; 10.4.6.3 оценивать возможности применения полученных идей на практике	1	24.05
Итого			34 часа	

*Handwritten signature*