**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

**«ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ЦЕНТР НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

**Международная лингвистическая школа**

**(МЛШ)**

|  |
| --- |
| **«СОГЛАСОВАНО»** |
| **Заместитель директора МЛШ** |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.Н. Артеменко** |

**Рабочая программа**

**учебного предмета «Основы бизнеса»**

**10 класс**

Составил: Немцова М.В.,

учитель экономики

Срок реализации: 1 учебный год

г. Владивосток

2020 г.

**Пояснительная записка**

Программа данного курса полностью реализует Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования по экономике для средних школ профильного уровня, соответствует основной образовательной программе среднего общего образования Международной лингвистической школы. Программа является авторской и составлена на основе примерной программыМинистерства образования и науки РФ.

**Планируемые результаты**

**Личностные результаты** в сфере отношений обучающихся к себе, к своему здоровью, к познанию себя:

ориентация обучающихся на достижение личного счастья, реализацию позитивных жизненных перспектив, инициативность, креативность, готовность и способность к личностному самоопределению, способность ставить цели и строить жизненные планы;

готовность и способность обеспечить себе и своим близким достойную жизнь в процессе самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;

готовность и способность обучающихся к отстаиванию личного достоинства, собственного мнения, готовность и способность вырабатывать собственную позицию по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны;

готовность и способность обучающихся к саморазвитию и самовоспитанию в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества, потребность в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью;

принятие и реализация ценностей здорового и безопасного образа жизни, бережное, ответственное и компетентное отношение к собственному физическому и психологическому здоровью;

неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков.

**Личностные результаты** в сфере отношений обучающихся к России как к Родине (Отечеству):

российская идентичность, способность к осознанию российской идентичности в поликультурном социуме, чувство причастности к историко-культурной общности российского народа и судьбе России, патриотизм, готовность к служению Отечеству, его защите;

уважение к своему народу, чувство ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, прошлое и настоящее многонационального народа России, уважение к государственным символам (герб, флаг, гимн);

формирование уважения к русскому языку как государственному языку Российской Федерации, являющемуся основой российской идентичности и главным фактором национального самоопределения;

воспитание уважения к культуре, языкам, традициям и обычаям народов, проживающих в Российской Федерации.

**Личностные результаты** в сфере отношений обучающихся к закону, государству и к гражданскому обществу:

гражданственность, гражданская позиция активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности, готового к участию в общественной жизни;

признание неотчуждаемости основных прав и свобод человека, которые принадлежат каждому от рождения, готовность к осуществлению собственных прав и свобод без нарушения прав и свобод других лиц, готовность отстаивать собственные права и свободы человека и гражданина согласно общепризнанным принципам и нормам международного права и в соответствии с Конституцией Российской Федерации, правовая и политическая грамотность;

мировоззрение, соответствующее современному уровню развития науки и общественной практики, основанное на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;

интериоризация ценностей демократии и социальной солидарности, готовность к договорному регулированию отношений в группе или социальной организации;

готовность обучающихся к конструктивному участию в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах общественной самоорганизации, самоуправления, общественно значимой деятельности;

приверженность идеям интернационализма, дружбы, равенства, взаимопомощи народов; воспитание уважительного отношения к национальному достоинству людей, их чувствам, религиозным убеждениям;

готовность обучающихся противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии; коррупции; дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам и другим негативным социальным явлениям.

**Личностные результаты** в сфере отношений обучающихся с окружающими людьми:

нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей, толерантного сознания и поведения в поликультурном мире, готовности и способности вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения;

принятие гуманистических ценностей, осознанное, уважительное и доброжелательное отношение к другому человеку, его мнению, мировоззрению;

способность к сопереживанию и формирование позитивного отношения к людям, в том числе к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам; бережное, ответственное и компетентное отношение к физическому и психологическому здоровью других людей, умение оказывать первую помощь;

формирование выраженной в поведении нравственной позиции, в том числе способности к сознательному выбору добра, нравственного сознания и поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей и нравственных чувств (чести, долга, справедливости, милосердия и дружелюбия);

развитие компетенций сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности.

**Личностные результаты** в сфере отношений обучающихся к окружающему миру, живой природе, художественной культуре:

мировоззрение, соответствующее современному уровню развития науки, значимости науки, готовность к научно-техническому творчеству, владение достоверной информацией о передовых достижениях и открытиях мировой и отечественной науки, заинтересованность в научных знаниях об устройстве мира и общества;

готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;

экологическая культура, бережное отношения к родной земле, природным богатствам России и мира; понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды, ответственность за состояние природных ресурсов; умения и навыки разумного природопользования, нетерпимое отношение к действиям, приносящим вред экологии; приобретение опыта эколого-направленной деятельности;

эстетическое отношения к миру, готовность к эстетическому обустройству собственного быта.

Личностные результаты в сфере отношений обучающихся к семье и родителям, в том числе подготовка к семейной жизни:

ответственное отношение к созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни;

положительный образ семьи, родительства (отцовства и материнства), интериоризация традиционных семейных ценностей.

Личностные результаты в сфере отношения обучающихся к труду, в сфере социально-экономических отношений:

уважение ко всем формам собственности, готовность к защите своей собственности,

осознанный выбор будущей профессии как путь и способ реализации собственных жизненных планов;

готовность обучающихся к трудовой профессиональной деятельности как к возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

потребность трудиться, уважение к труду и людям труда, трудовым достижениям, добросовестное, ответственное и творческое отношение к разным видам трудовой деятельности;

готовность к самообслуживанию, включая обучение и выполнение домашних обязанностей.

**Личностные результаты** в сфере физического, психологического, социального и академического благополучия обучающихся:

физическое, эмоционально-психологическое, социальное благополучие обучающихся в жизни образовательной организации, ощущение детьми безопасности и психологического комфорта, информационной безопасности.

 **Планируемые метапредметные** результаты освоения программы.

**Регулятивные универсальные учебные действия**

самостоятельно определять цели, задавать параметры и критерии, по которым можно определить, что цель достигнута;

оценивать возможные последствия достижения поставленной цели в деятельности, собственной жизни и жизни окружающих людей, основываясь на соображениях этики и морали;

ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;

оценивать ресурсы, в том числе время и другие нематериальные ресурсы, необходимые для достижения поставленной цели;

выбирать путь достижения цели, планировать решение поставленных задач, оптимизируя материальные и нематериальные затраты;

организовывать эффективный поиск ресурсов, необходимых для достижения поставленной цели;

сопоставлять полученный результат деятельности с поставленной заранее целью.

**Познавательные универсальные учебные действия**

искать и находить обобщенные способы решения задач, в том числе, осуществлять развернутый информационный поиск и ставить на его основе новые (учебные и познавательные) задачи;

критически оценивать и интерпретировать информацию с разных позиций, распознавать и фиксировать противоречия в информационных источниках;

использовать различные модельно-схематические средства для представления существенных связей и отношений, а также противоречий, выявленных в информационных источниках;

находить и приводить критические аргументы в отношении действий и суждений другого; спокойно и разумно относиться к критическим замечаниям в отношении собственного суждения, рассматривать их как ресурс собственного развития;

выходить за рамки учебного предмета и осуществлять целенаправленный поиск возможностей для широкого переноса средств и способов действия;

выстраивать индивидуальную образовательную траекторию, учитывая ограничения со стороны других участников и ресурсные ограничения;

менять и удерживать разные позиции в познавательной деятельности.

**Коммуникативные универсальные учебные действия**

осуществлять деловую коммуникацию как со сверстниками, так и со взрослыми (как внутри образовательной организации, так и за ее пределами), подбирать партнеров для деловой коммуникации исходя из соображений результативности взаимодействия, а не личных симпатий;

при осуществлении групповой работы быть как руководителем, так и членом команды в разных ролях (генератор идей, критик, исполнитель, выступающий, эксперт и т.д.);

координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия;

развернуто, логично и точно излагать свою точку зрения с использованием адекватных (устных и письменных) языковых средств;

распознавать конфликтогенные ситуации и предотвращать конфликты до их активной фазы, выстраивать деловую и образовательную коммуникацию, избегая личностных оценочных суждений.

**Планируемые предметные результаты**

Учебный предмет «Основы бизнеса» является профильным и изучается в Международной лингвистической школе на углубленном уровне.

**Выпускник на углубленном уровне научится:**

* определять границы применимости методов экономической теории;
* строить личный финансовый план;
* анализировать ситуацию на реальных рынках с точки зрения продавцов и покупателей;
* принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов;
* анализировать собственное потребительское поведение;
* определять роль кредита в современной экономике;
* применять навыки расчета сумм кредита и ипотеки в реальной жизни;
* определять значимость и классифицировать условия, влияющие на спрос и предложение;
* объяснять и отличать организационно-правовые формы предпринимательской деятельности;
* приводить примеры российских предприятий разных организационно-правовых форм;
* объяснять социально-экономическую роль и функции предпринимательства;
* объяснять практическое назначение франчайзинга и сферы его применения;
* объяснять виды предпринимательской деятельности и модели действующих в них конкурентных структур;
* различать и представлять посредством инфографики виды издержек производства;
* анализировать издержки, выручку и прибыль фирмы;
* определять практическое назначение эффективной рекламы;
* разрабатывать бизнес-план;
* называть критерии оценки уровня конкуренции на рынке и привлекательности сферы деятельности для предпринимателя;
* анализировать рыночные возможности предприятия;
* применять навыки организации маркетинговых исследований и выбора целевого сегмента рынка.

**Выпускник на углубленном уровне получит возможность научиться**:

* критически осмысливать актуальную экономическую информацию, поступающую из разных источников, и формулировать на этой основе собственные заключения и оценочные суждения;
* анализировать события общественной и политической жизни с экономической точки зрения, используя различные источники информации;
* владеть приемами работы с аналитической экономической информацией;
* оценивать происходящие события и поведение людей с экономической точки зрения;
* использовать приобретенные знания для решения практических задач, основанных на ситуациях, связанных с описанием состояния российской экономики;
* анализировать экономическую информацию по заданной теме в источниках различного типа и источниках, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.).
* применять полученные теоретические и практические знания для определения экономически рационального, правомерного и социально одобряемого поведения;
* оценивать и принимать ответственность за рациональные решения и их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;
* критически осмысливать актуальную экономическую информацию по микроэкономике, поступающую из разных источников, и формулировать на этой основе собственные заключения и оценочные суждения;
* объективно оценивать и анализировать экономическую информацию, критически относиться к псевдонаучной информации, недобросовестной рекламе в средствах массовой информации;
* использовать приобретенные ключевые компетенции по микроэкономике для самостоятельной исследовательской деятельности в области бизнес-проектов;
* применять теоретические знания по экономике для организации предпринимательской деятельности и повседневной жизни;
* понимать необходимость соблюдения предписаний, предлагаемых в договорах по кредитам, ипотеке, вкладам и др.;
* оценивать происходящие события и поведение людей с экономической точки зрения;
* сопоставлять свои потребности и возможности, оптимально распределять свои материальные и трудовые ресурсы, составлять бизнес-план;
* рационально и экономно обращаться с деньгами в повседневной жизни;
* создавать алгоритмы для совершенствования собственной познавательной деятельности творческого и поисково-исследовательского характера;
* решать с опорой на полученные знания практические задачи, отражающие типичные жизненные ситуации;
* грамотно применять полученные знания для исполнения типичных экономических ролей: в качестве потребителя, члена семьи и гражданина;
* моделировать и рассчитывать проект индивидуального бизнес-плана.

**Содержание учебного предмета**

**ОСНОВЫ БИЗНЕСА**

**Раздел 1. Основы предпринимательства и деловой организации бизнеса**

**Бизнес и предпринимательство.** Принципы успешного бизнеса: развитие потребителей и экономичный стартап.Основные понятия: бизнес, предпринимательство, коммерция. Среда бизнеса. Понятие «успех» в бизнесе и метрики успеха в бизнесе. Рейтинги компаний, методики их формирования. Мотивация и личные цели предпринимателя. Личное удовлетворение. Четыре основные цели предпринимателя – контроль, вызовы, креативность, деньги.

**Основы корпоративного управления*.*** Понятие организации. Типы структуры организации. Структура команды стартапа. Лидерство и мотивация. Окружение организации и анализ внешней среды. Выявление сильных и слабых сторон компании. Возможности и угрозы.

Понятие риска. Классификация рисков. Причины и последствия. Управление рисками. Выявление (идентификация) рисков. Оценка рисков. Планирование мероприятий по предотвращению рисков и устранению последствий.

**Основы проектного управления*.*** Место и роль управления проектами в управленческой деятельности.Понятие проекта. Значение и отличительные признаки проектной деятельности. Классификация проектов. Этапы проектной деятельности. Важные элементы успешных проектов. Стартап как проект.

Участники и заинтересованные стороны (стейкхолдеры). Основные роли в команде – предприниматель-менеджер, разработчик продукта, финансист, маркетолог и продавец. Ответственность участников команды. Взаимодействие участников проекта. Основные определения и понятия коммуникации. Система управления коммуникациями в бизнесе. Коммуникации в ходе совместных работ. Рекомендации к переписке.

Внутренняя среда проекта. Процессы управления проектами: инициация, планирование, выполнение, контроль и завершение проекта. Основные задачи, решаемые на разных стадиях управления проектом.

**Правовые основы бизнеса.** Основные законы, регулирующие предпринимательскую деятельность. Договоры, виды договоров. Работа по договору гражданско-правового характера (договор возмездного оказания услуг, договор подряда, договор поручения). Защита прав потребителей̆. Ликвидация предприятий. Банкротство. Собственность. Основы защиты интеллектуальной̆ собственности в России. Авторские права и патенты, защита товарного и фирменного знака. Трудовые отношения в бизнесе. Права работника и работодателя. Трудовой̆ договор. Оплата труда работников. Формы заработной̆ платы.

**Организационно-правовое регулирование бизнеса.** Организационно-правовые формы предприятий. Регистрация и лицензирование юридического лица, сертификация. Отрасли и их классификация. ОКВЭД и лицензирование. Налогообложение малого бизнеса. Как открыть свое дело. Порядок оформления предприятия малого бизнеса в РФ. Содействие предпринимательству и ресурсы поддержки. Центры по развитию малого бизнеса Торговые и промышленные ассоциации. Статистические данные и порталы государственных органов.

**Отраслевые различия в бизнесе.** Анализ отраслей: размеры и темп роста, зрелость, экономические показатели, сезонность, технологии, гос. регулирование, каналы поставок и распределения, глобализация, факторы конкурентоспособности, барьеры входа. Основные показатели успешности бизнеса с учетом отрасли: чистая прибыль, расходы, средний чек, ROI, CPA, стоимость привлечения одного клиента, количество продаж одному клиенту в год (ценность жизненного цикла клиента), средняя прибыль с одной сделки, конверсии.

**Конкуренция.** Конкуренция: оценка конкурентов, распределение долей рынка, стратегические возможности. Конкурентные позиции бизнеса. Оценка конкурентов. Факторы потребительского восприятия. Внутренние операционные факторы и другие факторы конкурентоспособности. Пять сил Портера.

**Раздел 2. Модели бизнеса**

**Виды бизнеса и бизнес-модель (по Остервальдеру).**Девять блоков модели: потребительские сегменты, предоставляемая ценность, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, доходы, расходы.

**Практическое исследование потребительского рынка.** Исследование проблемы. Потребности и проблемы. Основные вопросы при исследовании проблемы. Методы исследования проблем рынка: наблюдение, интервью, опрос, фокус – группы. Оценка полученных данных.

**Фокусировка на проблеме и генерация идей.** Генерация бизнес-идеи. Бизнес-идеи, гипотезы и их проверка. Формулирование гипотез. Ценностное предложение как ответы на вопросы: какую проблему надо решать; кто готов заплатить за решение проблемы; как проверить ценностное предложение. Подходы к генерации бизнес-идей. Метод «Мозгового штурма», метод «Brainwriting», другие известные методы генерации идей.

**Проверка идеи.** Разработка продукта бизнес-идеи. Понятие продукта и его характеристик. Формирование гипотезы ценности. Продукты – заменители. MVP (минимальный работающий продукт): создание и тестирование на потребителях.

**Раздел 3. Экономика и финансы бизнеса**

**Маркетинг.**Функции маркетинга в компании. Концепция 4P. Сущность клиентоориентированной компании. Исследование потребителей. Деятельность фирмы в цифровой среде. Интернет-коммуникации: сайт, социальные сети. Омниканальность.

Инструменты продвижения с минимальным бюджетом. Понимание того, как клиенты купят создаваемый продукт. Организация продаж: план продаж, инструменты продаж, продающие тексты. Создание лэндинга, тестирование продукта.

**Стратегический маркетинг и его задачи**. Анализ внешней среды компании с точки зрения маркетинга. Позиционирование бренда. Принципы ценообразования, роль ценообразования в маркетинге. Типы сегментирования потребительских рынков. Какие бывают типовые маркетинговые стратегии и как они работают. Кастомизация.

**Брендинг и его роль в развитии бизнеса.**Понятие бренда. Основные брендируемые объекты и типы брендов (компания-производитель, торговая компания, ассортиментная линейка, охватывающая разные товарные категории, товар одной товарной категории, компонент/ингредиент/составляющая, сопровождающая товар услуга). Типы брендов и стратегии брендинга. Дом брендов и брендированный дом: преимущества и недостатки различных подходов к брендированию. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов. Легенда бренда.

**Бюджетирование и финансовое планирование.**Источники финансирования бизнеса. Потоки поступления доходов. Три основных бизнес-метрики Финансовый план: оценка выручки, план прибылей и убытков, прогноз денежных потоков. Основные показатели доходности: NPV – чистый дисконтированный доход (чистая приведенная стоимость проекта); IRR – внутренняя норма доходности (прибыли/ рентабельности) инвестиций; DPBP - дисконтированный срок окупаемости инвестиций.

Особенности планирования проекта.Календарный план проекта. Шаги по разработке календарного плана. Формы представления календарного плана. Бюджет проекта: основные виды издержек. Окупаемость проекта – основные понятия.

**Составление бизнес-плана.**Сущность и значение бизнес-планирования. Понятие, цель, задачи и особенности составления бизнес-плана. Отличие бизнес-плана от других плановых документов. Основные разделы бизнес-плана. Структура и содержание разделов бизнес-плана. Резюме бизнес-плана.

Презентация. Защита бизнес-идей.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

**«ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ЦЕНТР НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

**Международная лингвистическая школа**

**(МЛШ)**

|  |
| --- |
| **«СОГЛАСОВАНО»** |
| **Заместитель директора МЛШ** |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.Н. Артеменко** |

**Календарное тематическое планирование**

**на 2020 /2021 учебный год**

**по основам бизнеса**

**для 10 класса**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Темы** | **Кол-во часов** | **№ недели** |
|  | **Раздел 1. Основы предпринимательства и деловой организации бизнеса** | **32** |  |
| 1 | **Вводный урок.** Принципы успешного бизнеса: развитие потребителей и экономичный стартап | 1 | 1 |
|  | **Тема 1. Бизнес и предпринимательство** | **2** |  |
| 2 | Понятие, виды и среда бизнеса | 1 | 1 |
| 3 | Мотивация и личные цели предпринимателя | 1 | 2 |
|  | **Тема 2. Основы корпоративного управления** | **6** |  |
| 4 | Понятие организации. Типы структуры организации. | 1 | 2 |
| 5 | Окружение организации и анализ внешней среды. | 1 | 3 |
| 6 | Выявление сильных и слабых сторон компании. | 1 | 3 |
| 7 | Понятие, классификация, причины и последствия рисков | 1 | 4 |
| 8 | Управление рисками | 1 | 4 |
| 9 | Обобщение по теме «Бизнес и корпоративное управление» | 1 | 5 |
|  | **Тема 3. Основы проектного управления** | **7** |  |
| 10 | Понятие, значение и отличительные признаки проектной деятельности. | 1 | 5 |
| 11 | Важные элементы успешных проектов | 1 | 6 |
| 12 | Участники и заинтересованные стороны в проектах | 1 | 6 |
| 13 | Основные роли в команде | 1 | 7 |
| 14 | Взаимодействие участников проекта | 1 | 7 |
| 15 | Процессы управления проектами | 1 | 8 |
| 16 | Обобщение по теме «Основы проектного управления» | 1 | 8 |
|  | **Тема 4. Правовые основы бизнеса** | **4** |  |
| 17 | Основные законы, регулирующие предпринимательскую деятельность | 1 | 9 |
| 18 | Защита прав потребителей̆ | 1 | 9 |
| 19 | Основы защиты интеллектуальной̆ собственности в России | 1 | 10 |
| 20 | Трудовые отношения в бизнесе | 1 | 10 |
|  | **Тема 5. Организационно-правовое регулирование бизнеса** | **5** |  |
| 21 | Организационно-правовые формы предприятий | 1 | 11 |
| 22 | Отрасли и их классификация | 1 | 11 |
| 23 | Порядок оформления предприятия малого бизнеса в РФ | 1 | 12 |
| 24 | РФ. Содействие предпринимательству и ресурсы поддержки | 1 | 12 |
| 25 | Обобщение по теме «Организационно-правовые основы бизнеса» | 1 | 13 |
|  | **Тема 6. Отраслевые различия в бизнесе** | **3** |  |
| 26 | Анализ отраслей | 1 | 13 |
| 27 | Основные показатели успешности бизнеса с учетом отрасли | 1 | 14 |
| 28 | Отраслевые различия в бизнесе | 1 | 14 |
|  | **Тема 7. Конкуренция** | **4** |  |
| 29 | Конкуренция и конкурентные позиции бизнеса | 1 | 15 |
| 30 | Внутренние операционные факторы и другие факторы конкурентоспособности | 1 | 15 |
| 31 | Пять сил Портера | 1 | 16 |
| 32 | Обобщение по темам «Отраслевые различия в бизнесе и конкуренция» | 1 | 16 |
|  | **Раздел 2. Модели бизнеса** |  |  |
|  | **Тема 8. Виды бизнеса и бизнес-модель** | **3** |  |
| 33 | Бизнес-модель по Остервальдеру.Девять блоков модели | 1 | 17 |
| 34 | Бизнес-модель по Остервальдеру.Девять блоков модели | 1 | 17 |
| 35 | Заполнение шаблона бизнес-модели | 1 | 18 |
|  | **Тема 9. Практическое исследование потребительского рынка** | **7** |  |
| 36 | Исследование потребительского рынка. Исследование проблемы | 1 | 18 |
| 37 | Методы исследования проблем рынка | 1 | 19 |
| 38 | Наблюдение | 1 | 19 |
| 39 | Интервью | 1 | 20 |
| 40 | Опрос | 1 | 20 |
| 41 | Фокус-группы | 1 | 21 |
| 42 | Оценка полученных данных по исследованию потребительского рынка | 1 | 21 |
|  | **Тема 10. Фокусировка на проблеме и генерация идей** | **4** |  |
| 43 | Бизнес-идеи, гипотезы и их проверка | 1 | 22 |
| 44 | Формулирование гипотез | 1 | 22 |
| 45 | Методы генерации бизнес-идей | 1 | 23 |
| 46 | Методы генерации бизнес-идей | 1 | 23 |
|  | **Тема 11. Проверка идеи** | **3** |  |
| 47 | Разработка продукта бизнес-идеи | 1 | 24 |
| 48 | MVP (минимальный работающий продукт): создание и тестирование на потребителях | 1 | 24 |
| 49 | MVP (минимальный работающий продукт): создание и тестирование на потребителях | 1 | 25 |
|  | **Раздел 3. Экономика и финансы бизнеса** |  |  |
|  | **Тема 12. Маркетинг** | **5** |  |
| 50 | Функции маркетинга в компании. Концепция 4P | 1 | 25 |
| 51 | Исследование потребителей | 1 | 26 |
| 52 | Деятельность фирмы в цифровой среде | 1 | 26 |
| 53 | Инструменты продвижения с минимальным бюджетом | 1 | 27 |
| 54 | Обобщение по теме «Маркетинг» | 1 | 27 |
|  | **Тема 13. Стратегический маркетинг и его задачи** | **3** |  |
| 55 | Анализ внешней среды компании | 1 | 28 |
| 56 | Принципы ценообразования | 1 | 28 |
| 57 | Типы сегментирования потребительских рынков | 1 | 29 |
|  | **Тема 14. Брендинг и его роль в развитии бизнеса** | **3** |  |
| 58 | Основные брендируемые объекты и типы брендов | 1 | 29 |
| 59 | Преимущества и недостатки различных подходов к брендированию | 1 | 30 |
| 60 | Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов | 1 | 30 |
|  | **Тема 15. Бюджетирование и финансовое планирование** | **4** |  |
| 61 | Источники финансирования бизнеса | 1 | 31 |
| 62 | Основные показатели доходности | 1 | 31 |
| 63 | Особенности планирования проекта | 1 | 32 |
| 64 | Бюджет проекта | 1 | 32 |
|  | **Тема 16. Составление бизнес-плана** | **4** |  |
| 65 | Составление бизнес-плана | 1 | 33 |
| 66 | Структура и содержание разделов бизнес-плана | 1 | 33 |
| 67 | Презентация. Защита бизнес-идей | 1 | 34 |
| 68 | Повторение по всем темам курса | 1 | 34 |
|  | **ИТОГО** | **68** |  |

**Обязательные оценочные материалы по курсу «Основы бизнеса»**

**1 полугодие**

1. Самостоятельная работа по теме «Бизнес и предпринимательство».

2. Анализ ситуации (кейс) по теме «Важные элементы успешных проектов».

3. Контрольная работа по теме «Основы проектного управления».

4. Самостоятельная работа по теме «Организационно-правовые основы бизнеса».

5. Самостоятельная практическая работа с защитой результатов по теме «Отраслевые различия в бизнесе и конкуренция».

6. Контрольная работа по темам «Основы предпринимательства и деловой организации бизнеса»: тестирование.

**2 полугодие**

1. Самостоятельная работа по теме «Заполнение шаблона бизнес-модели по Остервальдеру».

2. Самостоятельная практическая работа по теме «Исследование потребительского рынка».

3. Самостоятельная работа по теме «Генерация и проверка идей».

4. Контрольная работа по теме «Маркетинг и брендинг».

5. Самостоятельная практическая работа по теме «Бюджетирование и финансовое планирование».

6. Самостоятельная творческая работа с защитой «Презентация бизнес-идеи».

7. Итоговая контрольная работа по темам курса.

**Критерии оценивания обязательных оценочных работ**

**Нормы оценивания тестовых ответов:**

**Оценка «5»** - 100-90 % выставляется ученику, если он точно отвечает на все вопросы теста, указывает все возможные правильные варианты или допускает не более 10% ошибок от всего массива правильных вариантов ответов.

**Оценка «4»** - 89-76 % выставляется ученику, если он точно отвечает на все вопросы теста, указывает все возможные правильные варианты, но допускает до 25% ошибок от всего массива правильных вариантов ответов.

**Оценка «3»** - 65-75 % выставляется ученику, если он при ответе на вопросы теста допускает до 35% ошибок от всего массива правильных вариантов ответов.

**Оценка «2»** - 0-64 % выставляется студенту, который допускает более 35% ошибок от всего массива правильных вариантов ответов

**Нормы оценки знаний за контрольную, самостоятельную и практическую работу:**

**Оценка «5»** ставится, если ученик:

1. представил развернутое решение задачи поэтапно со всеми промежуточными результатами;
2. допустил не более одного недочета.

**Оценка «4»** ставится, если ученик выполнил работу полностью, но:

1. представил не все промежуточные результаты;
2. допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета; или не более двух недочетов.

**Оценка «3»** ставится, если ученик правильно выполнил не менее половины работы или допустил:

1. не более двух грубых ошибок;
2. или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета;
3. или не более двух-трех негрубых ошибок;
4. ли одной негрубой ошибки и трех недочетов;
5. или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.

**Оценка «2»** ставится, если ученик:

1. допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3»;
2. не представил развернутое решение задачи;
3. или если правильно выполнил менее половины работы.

**Нормы оценки творческой работы, кейса:**

**Оценка «5»** выставляется в том случае, если уча­щийся в полном объеме выполнил предъявляемые задания: увидел и сформулировал проблему, раскрыл проблему на теоретическом уровне (в связях и с обоснованием) с использованием научной терми­нологии в контексте задания; представил собственную точку зрения (позицию, отношение) при решении проблемы; аргументировал свою позицию с опорой на факты общественной жизни или на социальный личный опыт; продемонстрировал базовые знания смежных предметных областей.

**Оценка «4»** выставляется в том случае, если учащий­ся осуществил поиск социальной информации и извлек знания по заданной теме; увидел и сформулировал идею, главную мысль текста; представил собственную точку зрения (позицию, отношение) при ответе на вопросы; аргументировал свою позицию с опорой на теоретические знания базового курса; обнаружил затруднения в применении базовых знаний смежных предметных областей; не сумел интерпретировать полученную информацию и представить ее в различных знаковых системах.

**Оценка «3»** выставляется в том случае, если уча­щийся не смог осуществил поиск социальной информации и извлечь необходимый объем знаний по заданной теме; увидел проблему, но не смог ее сформулировать; попытался раскрыть проблему при формальном использовании обществоведческих терминов на бытовом уровне; представил собственную точку зрения (позицию, отношение) при раскрытии проблемы; аргументация слабо связана с решением проблемы, хотя приведены аргументы с опорой на факты личного социального опыта.

**Оценка «2»** и выставляется в том слу­чае, если учащийся выполнил менее одной третьей части предлагаемых заданий; не увидел проблему, не смог определить основную идею, мысль текста; не раскрыл решение проблемы; собственную точку зрения представил формально; аргументация отсутствует; или информация дана не в контексте задания.

**Образовательный минимум по курсу**

**1 полугодие**

**Знать понятия:**

**1. Предпринимательство –** это особый вид экономической активности, под которой иногда понимается целесообразная деятельность, направленная на извлечение прибыли, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее. Экономическая активность предпринимателя представляет собой форму его участия в общественном производстве и способ получения им финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи.

**2. SMART –** мнемоническая аббревиатура, используемая для определения целей и постановки задач в различных областях.

S (Specific) – конкретный

M (Measurable) – измеримый

A (Achievable) – достижимый

R (Realistic) – реальный

T (Time—related) – связанный временем

**3. Команда проекта** – временная рабочая группа, выполняющая работы по проекту и ответственная перед Руководителем проекта за их выполнение.

**4. Роль в проекте** – определенный набор функций и полномочий в проекте, созданный с целью распределения обязанностей между участниками проекта.

**5. Коммуникации в проекте** – любой обмен информацией, любые контакты с заинтересованными сторонами проекта.

**6. Проектная деятельность (метод проектов)–** способ достижения цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне определённым практическим результатом, оформленным тем или иным образом.

**7. Управление рисками** - процесс анализа возможных рисков проекта, разработки и осуществления мероприятий по их предотвращению и устранению последствий рисков, в случае их проявления.

**8. Фирма** – организованное коммерческое предприятие, являющееся юридическим лицом.

**9. Конкурентная позиция** — положение [фирмы](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D1%80%D0%BC%D0%B0) по отношению к конкурентам и другому окружению в процессе их профессиональной деятельности по управлению собственным бизнесом, которое она занимает и отстаивает в конкурентной среде.

**Знать и уметь объяснить (приводить примеры):**

**1. Знать отличие проектной деятельности от операционной и перечислять основные признаки проекта:**

1) новизна;

2) изменения как основное содержание проекта;

3) неповтори­мость;

4) конкретная цель, ограниченная во времени;

5) временная ограниченность продолжительности проекта;

6) ограниченность требуемых ресурсов;

7) бюджет, относящийся к проекту;

8) комп­лексность решения проблемы;

9) выделение сферы проекта в сфе­ре взаимодействия организации и рынка.

**2. Перечислять и знать отличие всех существующих организационно-правовых форм предприятий:** коммерческие (хозяйственные товарищества, общества и производственные кооперативы) и некоммерческие**.**

**3. Уметь перечислить основные нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность:** Конституция Российской Федерации; Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1. Часть 2. Часть 3; Закон Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей»; Трудовой кодекс Российской Федерации

**4. Модель «5 конкурентных сил Портера»- о**сновная его идея состоит в том, что конкуренция представлена не только понятными соперниками, но и другими субъектами, которых тоже надо

исследовать, чтобы видеть картину «поля битвы», целиком. Эта модель предполагает поочередный ответ на вопрос по каждой конкурентной силе: какая она высокая или низкая, растет или падает, выявление барьеров входа и выхода из отрасли и общий итог. **5 сил Портера, влияющих на развития бизнеса:**

* Покупатели (клиенты);
* Поставщики (если их нет, просто не учитываются);
* Действующие конкуренты;
* Новые конкуренты;
* Товары-заменители.

**5. Риск – это (давать разные варианты определений, ссылаясь на авторов):**

1. неблагоприятное событие, которое может нарушить процесс осуществления проекта.
2. а. Возможная опасность. б. Действие наудачу в надежде на счастливый исход (Ожегов С. И. Словарь русского языка).
3. неопределенное событие или условие, которое в случае возникновения имеет воздействие (позитивное или негативное) по меньшей мере на одну из целей проекта, например, сроки, стоимость, содержание или качество (PMBOK, свод знаний по управлению проектами).

**2 полугодие**

**Знать понятия:**

**1. Шесть шляп** – метод генерации идей, суть которого состоит в том, чтобы направить свое мышление на решение одной конкретной проблемы, предоставив остальные аспекты другим участникам.

**2. Прототип** - быстрая частичная реализация существенных элементов или структуры предполагаемого продукта проекта.

**3. Управление требованиями** - систематический подход к выявлению, организации и документированию требований к продукту проекта, а также установка и поддержание соглашения между заказчиком и исполнителями по поводу изменений требований к продукту.

**4. Календарный план проекта** – перечень планируемых работ проекта со сроками исполнения и ответственными лицами, подготовленный в утвержденной форме.

**5. Планирование проекта** - процесс определения наилучшего способа действий для достижения поставленных целей с учетом складывающейся обстановки

**6. Смета** - документ, который отвечает на вопросы, сколько и за что предстоит заплатить в проекте.

**7. Ма́рке́тинг** (от [англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *marketing* «рыночная деятельность») — организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. Более кратко, маркетинг — деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли.

**8. Сегментация рынка** — процесс разбивки потребителей или потенциальных потребителей на рынке на различные группы (или сегменты), в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга.

**9. Брендинг** — это процесс формирования имиджа бренда в течение длительного периода через образование добавочной ценности, эмоционального либо рационального «обещания» торговой марки, либо немарочного продукта, делающего его более привлекательным для конечного потребителя, а также продвижение торговой марки на рынке.

**10. Презентация –** публичное представление замысла или результата деятельности. выступление, доклад, как правило, сопровождаемый демонстрацией иллюстрационного материала (слайды, плакаты, образцы и т.д.). Примеры: презентация идеи проекта, презентация проекта, презентация результата научного исследования, презентация результата деятельности подразделения предприятия.

**Знать и уметь объяснить (приводить примеры):**

**1. Характеризовать девять блоков бизнес-модели по Остервальдеру**: потребительские сегменты, предоставляемая ценность, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, доходы, расходы.

**2. Описывать методы оформления презентаций**.

**Метод Година** – оформление презентаций. Красивая фотография высокого качества на весь слайд (вывести снимок за границы, чтобы слушатели могли его додумать).

**Метод Лессига** – оформление презентаций. При оформлении слайда использовать крупные снимки и простой текст (Гибрид =Метод Година+ Метод Такахаши).

**Метод Такахаши –** оформление презентаций. Слайд заполняется коротким сообщением набранным письменными буквами (правило 7\*7 не больше семи строк и не больше 7 слов).

**Метод фокальных объектов** – метод, в основе которого лежит перенесение на рассматриваемый (фокальный) объект признаков других, случайно выбранных, объектов и дальнейшем развитии получившихся сочетаний.

**3. Уметь объяснять и рассчитывать основные показатели доходности финансового плана**: NPV – чистый дисконтированный доход (чистая приведенная стоимость проекта); IRR – внутренняя норма доходности (прибыли/ рентабельности) инвестиций; DPBP - дисконтированный срок окупаемости инвестиций.

**4. Диаграмма Ганта** **(давать определение и уметь изобразить)** – это:

1. способ представления графика проекта, в котором каждая работа обозначается линейкой, наложенной на календарь.
2. способ представления графика реализации проекта, при котором этапы (задачи) проекта изображаются горизонтальными прямоугольниками, длина которых пропорциональна длительности этапов (задач) проекта.

**Список литературы:**

1. Бланк Стив. Дорф Боб. Стартап: Настольная книга основателя: Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер. 2013
2. Киреев А. Экономика: учебник для 10-11 классов общеобразовательных организаций (углубленный уровень).– М.: ВИТА-ПРЕСС, 2019.
3. Туккель И.Л., Сурина А.В., Культин Н.Б. Управление инновационными проектами: Учебник. – 2 изд., доп. СПб.: БХВ-Петербург, 2017.

**Дополнительная литература**

1. Алиев В.С. Бизнес-планирование с использование программы Project Expert / В.С. Алиев, Д.В. Чистов. – М.: ИНФРА-М, 2013.
2. Друкер Питер. Эффективный руководитель. М.: МиФ, 2014.
3. Мередит Белбин Р. Команды менеджеров. Как объяснить их успех и неудачу. – М. – 2009.
4. Остервальдер А., Пенье Ив. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2017
5. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK®). – Пятое издание. – Project Management Institute, Inc., 2013.
6. Форд Б. Руководство по составлению бизнес-планов [Электронный ресурс] / Брайен Форд, Джей Борнстайн, Патрик Пруэтт ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. [Электронный ресурс: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519758]
7. Эдвард Де Боно. Инструменты решения креативных задач. – М., 2016.
8. Придумай. Сделай. Сломай. Повтори. Настольная книга приёмов и инструментов дизайн-мышления. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.

**Интернет-ресурсы**

1. [www.libertarium.ru/library](http://www.libertarium.ru/library) - библиотека экономической литературы.
2. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) Административно-управленческий портал
3. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) Независимый проект, управляемый одноименной компанией (создатель Дмитрий Рябых) и направленный на сбор и предоставление методической и аналитической информации, относящейся к управлению компаниями, инвестициям и финансам
4. [www.gks.ru/wps/portal](http://www.gks.ru/wps/portal) - Федеральная служба государственной статистики
5. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – «Консультант Плюс» - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления, нормативные акты
6. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) – официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы).
7. [www.stplan.ru](http://www.stplan.ru) – экономика и управление.
8. [www.catback.ru](http://www.catback.ru) – научные статьи и учебные материалы по экономике.

**Материально-техническое обеспечение образовательного процесса**

1.Книгопечатная продукция:

- учебники по экономике и основам бизнеса для 10-11 классов;

- практикумы и сборники задач по основам предпринимательской деятельности;

- справочно-энциклопедическая литература.

2. Информационно-коммуникативные средства:

- справочно-энциклопедическая литература на электронных носителях;

- интерактивные файлы на сайтах интернет-ресурсов.

3 Технические средства обучения: мультимедийное оборудование (доска интерактивная, мультимедийный проектор, персональный компьютер); пульт управления;компьютер с выходом в интернет.

**ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ**

В рабочую программу курса

(название курса)

Вносятся с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г. следующие дополнения и изменения:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Прежняя редакция | Новая редакция |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Руководитель методического  
объединения   
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название метод. объединения) (подпись) (инициалы, фамилия)

В рабочую программу курса

(название курса)

Вносятся с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г. следующие дополнения и изменения:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Прежняя редакция | Новая редакция |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Руководитель методического  
объединения   
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название метод. объединения) (подпись) (инициалы, фамилия)