

Министерство просвещения Республики Казахстан
Национальная академия образования имени И. Алтынсарина



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО КУРСУ "ГЛОБАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ" (11 КЛАСС)**

Астана -2023

Рекомендовано к изданию Научно-методическим советом Национальной академии образования им. И. Алтынсарина (протокол № 5 от 22 августа 2023 года)

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КУРСУ "ГЛОБАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ" (11 КЛАСС)– Астана: НАО имени И.Алтынсарина, 2023.– 320 с.

В пособии рассмотрены особенности курса «Глобальные компетенции» для 11 класса, описание содержания юнит (разделов) курса: «Медиаграмотность и финансовая грамотность», «Основы предпринимательства и бизнеса» и технологии обучения.

Также в пособии даны методические рекомендации по организации процесса обучения по курсу «Глобальные компетенции» в 11 классе средней школы.

Методические рекомендации адресованы педагогам, руководителям организаций образования и методистам.

Авторский коллектив: Игликов Т.С., Дитаев Т.Ж., Сакенова А.К., Карменова К.С., Бужумова М.М., Бородина Н.С., Набатникова Т.И., Анацкая С.Н., Шкутько Т.В., Ерғалиева Г.Т., Жакиянова Ж.Г., Мұхамедханова А.К.

©Национальная академия
образования им. И. Алтынсарина,
2023.

ВВЕДЕНИЕ

Новые мировые тренды образования, интенсивное развитие технологий, происходящие изменения в обществе должны быть учтены и в содержании казахстанского среднего образования. Главными функциональными качествами личности молодого человека должны стать инициативность, способность творчески мыслить и находить нестандартные решения, умение выбирать профессиональный путь, готовность обучаться в течение всей жизни, а вышеперечисленные функциональные навыки, прежде всего, формируются в условиях школы.

Интерес к Образованию после запуска Глобальной инициативы «Образование превыше всего» («EducationAboveAll», ЕАА), активно повышается на фоне стремления к обеспечению мира, благосостояния, процветания и устойчивости посредством образования.

По итогам международного исследования PISA-2018 выявлено, что уровень функциональной грамотности 15-летних обучающихся значительно ниже стран ОЭСР. У обучающихся недостаточны навыки применения полученных знаний в реальной жизни. Уровень навыков и компетенций казахстанских школьников, который позволяет эффективно строить коммуникации, исполнять задачи в повседневной жизни в координации с окружающими, а также дает возможность анализировать информацию и её применять необходимо повышать.

В развитии и укреплении необходимых качеств обучающихся, в развитии ценностных ориентиров, коммуникативных навыков и поведенческих установок для осуществления социального преобразования подчеркивается огромная роль образования

Современные качества, необходимые обучающимся (UNESCO):

- отношение, основанное на понимании множества уровней самосознания, а также потенциала для «коллективного сознания», которое выходит за рамки индивидуальных культурных, религиозных, этнических и других особенностей;
- глубокое знание глобальных проблем и универсальных ценностей, таких, как справедливость, равенство, достоинство и уважение;
- когнитивные навыки мыслить критически, системно и творчески, включая компетенции применения многостороннего подхода, который признает наличие различных аспектов, перспектив и углов рассмотрения проблем;
- некогнитивные навыки, в том числе социальные навыки, такие, как эмпатия и умение разрешать конфликты, коммуникативные навыки, а также

компетенции по обмену опытом и взаимодействию с людьми, имеющими разное прошлое, происхождение, культуру и интересы; и наконец,

- бихевиористские компетенции действовать в сотрудничестве и со всей ответственностью, чтобы находить глобальные решения глобальных проблем и стремиться к коллективному благу.

Глобальные компетенции являются сочетанием знаний, умений, взглядов, отношений и ценностей, успешно применяемых при личном взаимодействии с другими и коммуникации в обществе, требующих понимания проблем, которые оказывают влияние в реальной жизни.

Результаты международных исследований показали необходимость повышения уровня сформированности у казахстанских обучающихся функциональной грамотности.

Учитывая актуальность и важность формирования у обучающихся таких ключевых компетенций, как гражданских (гражданская позиция, казахстанское самосознание и культурная идентичность), управленческих (способность к разрешению проблем), информационных (самостоятельная познавательная деятельность или умение учиться на протяжении всей жизни), коммуникативных (способность к устной, письменной, продуктивной коммуникации), социальных (социальное взаимодействие), личностных (самоорганизация, самосовершенствование, жизненное и профессиональное самоопределение, самореализация), технологические (использование технологий, в том числе научных, цифровых) в средней школе введен курс «Глобальные компетенции».

Курс «Глобальные компетенции» для 11 класса направлен на формирование функциональной грамотности обучающихся, обладающего гибкими компетенциями и на формирование ценностных ориентиров, коммуникативных навыков, этических норм и поведенческих установок обучающихся, в том числе в предпринимательской и финансовой сферах.

Содержание курса «Глобальные компетенции» также направлено на формирование навыков командной работы и коллаборации, умение реализовывать проекты (социальные, бизнес-проекты и др.), проводить исследования, организовывать волонтерские акции и др.

В рамках изучения курса педагогу важно организовать процесс обучения таким образом, чтобы обучающиеся получали не только знания по темам юнитов: «Основы предпринимательства и бизнеса» и «Медиаграмотность и финансовая грамотность», но и сформировали навыки, необходимые для ведения предпринимательской деятельности, позволяющие анализировать, оценивать и использовать инструменты медиа пространства, управлять финансами, понимать проблемы кредитования и существующие риски, обеспечивать свое финансовое благополучие, необходимое им в реальной жизни.

Кроме того, в процессе изучения программы курса обучающиеся 11 классов будут нацелены на развитие умения учиться на протяжении всей жизни, на продуктивную коммуникацию и эффективную деятельность, на социальное взаимодействие, самоорганизацию и самореализацию.

В методическом пособии в соответствии с программой курса «Глобальные компетенции» для 11-го класса для обучающихся предложены практикоориентированные технологии обучения: разработка стартапов, исследовательская и проектная работа, решение ситуационных задач, игровые, ролевые и другие методы и формы обучения.

РАЗДЕЛ 1 ОСОБЕННОСТИ КУРСА «ГЛОБАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ» ДЛЯ 11 КЛАССА

Масштабные мировые экономические и социальные, технологические и экологические тренды определяют необходимость изменения парадигмы образовательных систем, актуализации ее гуманистической роли, влияния на образ мышления и жизненные установки обучающихся.

Неоспорим факт того, что мы живем и работаем в мире «VUCA» (volatility/нестабильность; uncertainty/неопределенность, complexity/сложность и ambiguity/неоднозначность), в котором формирование гибких компетенций является приоритетной задачей.

Кардинально переосмысливается контент традиционной системы обучения. Фундаментальные знания - это только основа процесса обучения. Сложные проблемы нашего времени требуют осмысленного понимания обучающимися их закономерностей, новых навыков мышления, ответственного поведения и осознанных жизненных установок.

Мир стремительно меняется, а значит масштабные изменения, происходящие сегодня в системе образования - необходимость и веление времени. Сегодня на школу возложена задача стать социальным лифтом для обучающихся.

Глобальные компетенции – это не конкретные навыки, а сочетание знаний, умений, взглядов и ценностей, применяемых при личном или виртуальном взаимодействии с людьми, которые принадлежат к иной культурной среде, и при участии в решении глобальных проблем, не имеющих национальных границ и оказывающих влияние на жизнь нынешнего и будущих поколений.

По мнению Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), системы образования, которые учитывают необходимость подобных знаний, умений и отношений, действительно готовят школьников к жизни в современном мире.

В исследовании PISA-2018 впервые была предпринята попытка оценить следующие способности 15-летних подростков страны:

- рассматривать вопросы и ситуации местного, глобального и межкультурного значения (например, бедность, экономическая взаимозависимость, миграция, неравенство, экологические риски, конфликты, культурные различия, стереотипы);
- понимать и ценить различные точки зрения и мировоззрения;
- налаживать позитивное взаимодействие с людьми разного национального, этнического, религиозного, социального и культурного происхождения или пола;
- предпринимать конструктивные действия в интересах коллективного благополучия и развития.

Овладение глобальными компетенциями, как заявлено в документах ОЭСР, способствует гармоничной жизни в многокультурном сообществе, позволяет адаптироваться и уверенно себя чувствовать на постоянно изменяющемся рынке труда, эффективно и ответственно использовать современные медиаплатформы, ощущать ответственность за развитие международного сообщества.

Введенный в 11 классах курс «Глобальные компетенции» направлен на получение обучающимися базовых знаний основ предпринимательства, экономики, менеджмента и маркетинга; привитие ответственности за свой выбор и формирование мышления предпринимательского склада, активной жизненной позиции; создание практической базы навыков для будущей самостоятельной деятельности в современных рыночных условиях.

При организации учебного процесса по курсу «Глобальные компетенции» в 2023-2024 учебном году следует руководствоваться Типовыми учебными программами, утвержденными приказом Министра Просвещения Республики Казахстан № 399 от 16 сентября 2022 года (зарегистрирован в министерстве юстиции РК 23 сентября 2022 года № 29767)

<https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2200029767>

<https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2200029767#z1346>

Задачами данного курса являются:

1. формирование у обучающихся теоретических основ предпринимательства;
2. развитие предпринимательского мышления и умения видеть возможности для реализации своего потенциала;
3. формирование у обучающихся практических навыков финансовой грамотности;
4. приобретение навыка генерирования бизнес-идей и их развития до уровня предпринимательской деятельности;
5. развитие навыка бизнес-моделирования и адаптации в изменяющихся условиях конкуренции в целях повышения выживаемости бизнеса;
6. формирование навыков проведения исследований, использования современных информационных технологий;
7. воспитание ответственности за свои достижения и свою жизненную позицию.

В процессе обучения мы часто ставим перед собой следующие вопросы: «Существует ли отличительная компетентность, которая сможет молодому поколению успешно социализироваться в глобальный мир?», «Могут ли обучающиеся комбинировать знания, когнитивные навыки, ценности и отношения для осуществления творческой и коллегиальной деятельности на основе этических норм?». Подчеркивая, что цель нового образования - благополучие человека и общества, мы должны готовить обучающихся к вызовам современности и ответом на эти вызовы должна стать мобилизация обучающимися фундаментальных базовых знаний, умений, навыков и личностных характеристик.

В ходе практики (проекты, стартапы, исследование, бизнес-проект, разработка продукта и др.) у обучающихся должны формироваться способность мобилизовать знания, навыки, отношения и ценности в конкретном контексте, быть проводником изменений в сохранении мира в гармонии, способность критически анализировать глобальные и межкультурные вопросы с разных точек зрения, понимать, как разнообразие общества влияет на восприятие и суждения, свободно участвовать в открытом и эффективном взаимодействии с другими людьми на основе уважения их человеческого достоинства.

Содержание учебного курса «Глобальные компетенции» для 11 классов включает два юнита, разработанных с учетом возрастных особенностей и интересов обучающихся: Юнит 1. Основы предпринимательства и бизнеса; Юнит 2. Финансовая грамотность.

Первый юнит «Основы предпринимательства и бизнеса» включает 4 раздела:

- 1.1 Основы предпринимательства
 - 1.1.1 Введение в предпринимательство.
 - 1.1.2 Механизмы функционирования рынка.
 - 1.1.3 Рыночное равновесие.
 - 1.1.4 Навыки успешного предпринимателя.
 - 1.1.5 Современные технологии в бизнесе.
- 1.2 Предпринимательство в современных условиях
 - 1.2.1 С чего начинается бизнес.
 - 1.2.2 Стартап-культура.
 - 1.2.3 Бизнес-ангелы и инвесторы. Сходство и отличия.
 - 1.2.4 Бизнес-инкубаторы.
 - 1.2.5 Развитие конкуренции в современных условиях.
- 1.3 Маркетинг
 - 1.3.1 Введение в маркетинг.
 - 1.3.2 Диджитал-маркетинг.
 - 1.3.3 Маркетинговые войны.
 - 1.3.4 SWOT-анализ – инструмент маркетингового планирования.
 - 1.3.5 Бренд как дополнительная ценность.

- 1.4 Финансовое планирование и моделирование
- 1.4.1 Финансовая модель и способы ее построения.
- 1.4.2 Бюджетирование.
- 1.4.3 Ценовая политика.
- 1.4.4 Управление расходами.
- 1.4.5 Чистая прибыль и дивиденды.

Второй юнит «Финансовая грамотность» включает 4 раздела:

- 2.1 Управление личными доходами
 - 2.1.1 Виды личного дохода.
 - 2.1.2 Стратегия повышения личного дохода.
 - 2.1.3 Роль активного дохода в семейном бюджете.
 - 2.1.4 Как построить пассивный доход.
- 2.2 Управление личными расходами
 - 2.2.1 Эффективное использование карманных денег.
 - 2.2.2 Крупные покупки.
 - 2.2.3 Эмоциональные покупки.
 - 2.2.4 Банковские кредиты.
- 2.3 Семейный бюджет
 - 2.3.1 Виды семейного бюджета.
 - 2.3.2 Планирование семейного бюджета.
 - 2.3.3 Правила ведения семейного бюджета.
 - 2.3.4 Экономия семейного бюджета.
- 2.4 Сбережения и накопления
 - 2.4.1 Финансовая подушка безопасности.
 - 2.4.2 Способы создания накоплений.
 - 2.4.3 Виды накоплений.
 - 2.4.4 Финансовый достаток семьи.

По итогам изучения курса «Глобальные компетенции» старшеклассники получают базовые знания основ предпринимательства, экономики, менеджмента и маркетинга, финансовой грамотности, смогут развивать ответственность за свой выбор, формировать мышление предпринимательского склада, проявлять активную жизненную позицию, создавать на практике основу для будущей самостоятельной деятельности в современных рыночных условиях.

В Руководстве по курсу «Глобальные компетенции» для 11 класса включен Долгосрочный план по реализации Типовой учебной программы курса, обозначены разделы и подразделы, ожидаемые результаты обучения, рекомендуемые ресурсы по каждому юниту.

В качестве дополнения включены рекомендованные педагогам для использования разработанные занятия по тематике предложенных юнит.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 11 КЛАСС					
ГЛОБАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	Юнит 1. Основы предпринимательства и бизнеса	Основы предпринимательства	Предпринимательство в современных условиях	Маркетинг	Финансовое планирование и моделирование
	Юнит 2. Финансовая грамотность	Управление личными доходами	Управление личными расходами	Семейный бюджет	Сбережения и накопления
	Проектная работа. Подготовка и планирование				

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
ЮНИТА «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА»**

11 КЛАСС

РАЗДЕЛЫ	ПОДРАЗДЕЛЫ	РЕЗУЛЬТАТ	РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	РЕСУРСЫ
1.1 Основы предпринимательства	1.1.1 <i>Введение в предпринимательство</i>	<p>Понимают значение понятий и применяют их: «предпринимательство», «бизнес», «рынок», «услуги», «конкуренция» и др.</p> <p>Понимают экономическую, социальную, политическую составляющие предпринимательской деятельности</p> <p>Умеют применять термины и понятия в обсуждении и коллективной деятельности</p> <p>Понимают роль бизнеса</p>	<p>Круглый стол Дебаты Ролевая игра Составление постера «Предпринимательская деятельность»</p>	<p>Презентации Видеоматериалы «10 шагов по развитию предпринимательства» https://atameken.kz/ru/projects/24001-0-shagov-po-razvitiyu-predprinimatel-stva</p>

		<p>предпринимательской деятельности в развитии экономики страны</p> <p>Понимают общую траекторию трансформации плановой экономики в рыночную. Знают основы рыночной экономики.</p> <p>Умеют анализировать и критически оценивать события и явления в области экономики</p>		
	<p>1.1.2 <i>Механизмы функционирования рынка</i></p>	<p>Понимают основные механизмы функционирования рынка. Знают законы и правила рыночных отношений. Умеют интерпретировать полученные знания. Применяют полученные знания на практике.</p>	<p>Подготовка презентации</p> <p>Ситуационные задачи</p> <p>Обсуждение «Правила функционирования рынка»</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=R25AuUK_EaQ</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=yWaW06bDS58</p>

		<p>Понимают важность корпоративной культуры и умеют оказать поддержку друг другу</p> <p>Раскрывают значение и содержание понятий: «рынок», «конкуренция», «механизм функционирования»</p>		
	1.1.3 <i>Рыночное равновесие</i>	<p>Понимают значение ключевых понятий</p> <p>Понимают важность извинений</p> <p>Понимают условия достижения рыночного равновесия. Знают об условиях рыночного равновесия. Умеют высказывать собственную позицию по отношению к условиям рыночного</p>	<p>Ролевые игры</p> <p>Проведение опроса</p> <p>Обсуждение текста</p> <p>Решение ситуационных задач</p>	<p>Мультимедийные презентации</p> <p>Видеоматериалы</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=vg8G4cVDHKg</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=6OFTCvpKf7s</p>

		<p>равновесия. Раскрывают содержание понятий: «ответственность», «равновесие», «рынок». Обосновывают важность соблюдения законов рыночных отношений. Находят причинно-следственные связи достижения рыночного равновесия Развивают навыки рефлексии по проблеме. Применяют предметную терминологию в ходе формулирования ответов на вопросы задания</p>		
1.1.4	<i>Навыки успешного предпринимателя</i>	<p>Раскрывают содержание понятий: «успешное</p>	<p>Круглый стол Дебаты Ролевая игра</p>	<p>Видеоматериалы</p>

		<p>предпринимательство », «навыки успешности», «виды бизнеса».</p> <p>Понимают, какие навыки необходимы для успешной предпринимательской деятельности.</p> <p>Знают, как сформировать навыки успешного предпринимателя.</p> <p>Умеют анализировать навыки успешного предпринимателя.</p> <p>Применяют полученные знания в ходе ответов на вопросы заданий урока.</p> <p>Становятся увереннее в своих возможностях предпринимательской деятельности</p>	<p>Разработка Правил успешного бизнеса</p> <p>Просмотр и анализ видео об успешном бизнесе</p> <p>Составление списка дел успешного предпринимателя</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=UXFsWeMZ578</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=CfH7fCbhLBE</p>
1.1.5	<i>Современные технологии в бизнесе</i>	Объясняют значение терминов:	Круглый стол Дебаты	Видеоматериалы

		<p>«технологии», «технологии в бизнесе», «современные технологии».</p> <p>Понимают значение современных технологий для успешного ведения бизнеса.</p> <p>Знают возможности современных бизнестехнологий.</p> <p>Умеют искать информацию о современных технологиях в бизнесе.</p> <p>Применяют основы знаний о современных технологиях для реализации собственных бизнес-идей.</p> <p>Объясняют важность применения современных технологий в бизнесе</p>	<p>Составление постера «Технологии в бизнесе»</p> <p>Проигрывание ситуаций</p>	<p>https://openedu.ru/course/hse/ITBUSINESS/</p>
--	--	---	--	--

1.2 Предпринимательство в современных условиях	1.2.1 <i>С чего начинается бизнес</i>	<p>Понимают алгоритм создания бизнес-проекта.</p> <p>Знают о ключевых бизнес-процессах.</p> <p>Умеют моделировать будущие бизнес-процессы.</p> <p>Применяют знания о бизнес-процессах для реализации собственных бизнес-идей</p>	<p>Подготовка презентации</p> <p>Ситуационные задачи</p> <p>Обсуждение «Как начать собственный бизнес»</p>	<p>Презентация https://thepresentation.ru/biznes-i-predprinimatelstvo/s-chego-nachinaetsya-biznes-poisk-aktualnoy-i-perspektivnoy-biznes-idei</p> <p>Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=0KsivQJ2XLk</p>
	1.2.2 <i>Стартап-культура</i>	<p>Понимают суть явления «стартапкультура».</p> <p>Знают историю возникновения стартапкультуры.</p> <p>Умеют реализовывать принцип разумного риска в воплощении собственных стартап-идей.</p>	<p>Просмотр и анализ видео о стартапах</p> <p>Составление проекта стартапа</p>	<p>Видеоматериалы https://er10.kz/watch/startapy/istorija-3-startapov-v-chjom-sekret-ih-uspeha/</p> <p>Топ-10 казахстанских стартапов по привлеченным инвестициям в 2021 году</p>

		Применяют соответствующую терминологию в обсуждении стартаппроектов		https://5qbe.kz/ru/posts/top-10-kazahstanskih-startapov-po-privlechennym-investicziyam-v-2021-godu
	1.2.3 <i>Бизнес-ангелы и инвесторы. Сходство и отличия</i>	Сходство и отличия Понимают суть явления «бизнес-ангелы». Знают основные отличия бизнес-ангелов от классических инвесторов. Умеют аргументировать свою позицию в ходе сравнения понятий бизнес-ангел и классический инвестор. Применяют свои знания в процессе выполнения заданий	Подготовка презентации Дебаты Составление постера «Если бы я был бизнес-ангелом, то...»	Видеоматериалы https://www.beboss.ru/investments/business-angels https://heg.ai/wiki/fundraising/how-startup-angels-work

	<p>1.2.4 <i>Бизнес-инкубаторы</i></p>	<p>Понимают пользу бизнес-инкубаторов для начинающих предпринимателей. Знают основной перечень бизнесинкубаторов в Казахстане и мире. Умеют проводить аналогии между инкубатором и бизнес-инкубатором. Применяют принципы работы бизнесинкубаторов в различных сферах жизни</p>	<p>Дебаты Ролевая игра Разработка создания инкубатора</p> <p>Правил бизнес-</p>	<p>Видеоматериалы https://kazatu.edu.kz/pages/nauka/virtualnyj-studenceskij-biznes-inkubator https://inbusiness.kz/ru/tv_programs/vremya-govorit/krizis-idej-pochemu-biznes-inkubatory-ne-mogut-bez-gospodderzhki https://invest.khv.gov.ru/ru/ob-agentstve/biznes-inkubator/</p>
	<p>1.2.5 <i>Развитие конкуренции в современных условиях</i></p>	<p>Понимают пользу конкуренции в бизнесе и в жизни в целом. Знают способы успешной конкурентной борьбы. Умеют использовать конкурентную среду для личностного роста.</p>	<p>Дебаты Ролевая игра Составление постера Подготовка презентации</p>	<p>Видеоматериалы https://memosales.ru/konkurenciya/znachenie-v-razvitii-ekonomiki Презентация «Значение конкуренции в рыночной экономике»</p>

		Применяют полученные знания для повышения личной конкурентоспособности		
1.3 Маркетинг	1.3.1 <i>Введение в маркетинг</i>	Понимают суть понятия «маркетинг». Знают основные законы маркетинга. Умеют использовать маркетинговые ходы для реализации собственных бизнес-идей и проектов. Применяют маркетинговые стратегии	Просмотр и анализ видео о маркетинге Решение ситуационных задач Подготовка презентации	Видеоматериалы https://asnovator.com/marketing-vvodnaya-lektsiya-1776 https://www.youtube.com/watch?v=32Q17Wnmwhw
	1.3.2 <i>Диджитал-маркетинг</i>	Понимают закономерность процесса трансформации маркетинга от классического к цифровому.	Дебаты Ролевая игра	Видеоматериалы https://one-touch.ru/insight/1512/ https://www.youtube.com/watch?v=Xab13PUwHKw

		<p>Знают основные инструменты цифрового маркетинга.</p> <p>Умеют объяснять суть понятия «диджитал-маркетинг».</p> <p>Применяют способы защиты от агрессивного диджитал-маркетинга</p>		
	1.3.3 <i>Маркетинговые войны</i>	<p>Понимают суть и причины возникновения маркетинговых войн.</p> <p>Знают ключевые стратегии маркетинговых войн.</p> <p>Умеют использовать знания о маркетинговых стратегиях при реализации собственных бизнеспроектов.</p> <p>Применяют</p>	<p>Дебаты</p> <p>Ролевая игра</p> <p>Составление постера</p> <p>Подготовка презентации</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=RgUaIl_jWQ0</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=kl6Yp9yQvFo</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=D1hqpHXQlaw</p> <p>Траут Д. Маркетинговые войны.-Издательство «Питер».- 2019.</p>

		полученные знания для защиты от последствий маркетинговых войн.		
	1.3.4 <i>SWOT-анализ – инструмент маркетингового планирования</i>	<p>Понимают суть инструмента «SWOT-анализ».</p> <p>Знают, как составляется SWOT-анализ.</p> <p>Умеют анализировать данные SWOT-анализа и делать выводы на их основании.</p> <p>Применяют SWOT-анализ в реализации собственных бизнес-проектов</p>	<p>Составление «SWOT-анализа» по выбранной тематике</p> <p>Подготовка презентации</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/</p> <p>https://www.kursoteka.ru/course/6767/lesson/24357/unit/57590</p> <p>https://blog.oy-li.ru/vystraivaem-biznes-strategiyu-s-pomoshhyu-swot-analiza/</p>
	1.3.5 <i>Бренд как дополнительная ценность</i>	<p>Понимают значение бренда в бизнесе.</p> <p>Знают роль бренда в формировании цены на товар или услугу.</p> <p>Умеют перечислять признаки бренда.</p>	<p>Составление алгоритма создания бренда</p> <p>Подготовка презентации</p> <p>Дебаты</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://1btl.ru/vliyanie-cennosti-brenda-na-reshenie-o-pokupke</p> <p>https://endylab.ru/blog/what-is-brand</p>

		Применяют знания о роли бренда в управлении личными расходами		https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=eJlOxul1RIA
1.4 Финансовое планирование и моделирование	1.4.1 <i>Финансовая модель и способы ее построения</i>	<p>Понимают значение финансовой модели для создания собственного бизнеса. Знают алгоритмы построения финансовой модели</p> <p>Умеют анализировать ключевые показатели финансовой модели. Применяют навыки построения финансовой модели</p>	<p>Дебаты Ролевая игра Составление постера Подготовка презентации</p>	<p>Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=vW2-FZ8zRo0 https://www.youtube.com/watch?v=IvOKkHIMelQ</p>
	1.4.2 <i>Бюджетирование</i>	<p>Понимают значение термина «бюджетирование». Знают правила составления бюджета. Умеют интерпретировать</p>	<p>Ролевая игра Подготовка презентации</p>	<p>Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=RWWm4QH26J8 Лекционный материал «Бюджетирование/Бюджетирование и</p>

		понятие «бюджетирование». Применяют навыки бюджетирования в жизненных ситуациях		процесс стратегического планирования» https://ru.wikibooks.org/wiki/
1.4.3	<i>Ценовая политика</i>	Понимают принципы формирования ценовой политики. Знают экономический эффект ценовой политики для бизнеса. Умеют перечислять факторы, влияющие на формирование ценовой политики. Применяют знания о ценовой политике для объяснения стоимости товаров и услуг	Ролевая игра Составление постера Подготовка презентации	Видеоматериалы https://re-shenie.ru/news/tsenovay-model-sbyta https://www.youtube.com/watch?v=vSG5iZiWwyc
1.4.4	<i>Управление расходами</i>	Понимают основные принципы управления расходами. Знают роль грамотного управления расходами в бизнесе.	Дебаты Составление постера Подготовка презентации	Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=nw3ba2euwog

		<p>Умеют рассуждать о правилах управления расходами.</p> <p>Применяют знания об управлении расходами в жизненных ситуациях</p>		https://www.youtube.com/watch?v=gQm9wYIMEkU
	<p>1.4.5 <i>Чистая прибыль и дивиденды</i></p>	<p>Понимают разницу между прибылью и чистой прибылью.</p> <p>Знают алгоритм расчета чистой прибыли.</p> <p>Умеют анализировать разницу между прибылью и чистой прибылью.</p> <p>Применяют знания о расчете чистой прибыли при распределении дивидендов</p>	<p>Составляют алгоритм расчета чистой прибыли</p> <p>Ролевая игра</p> <p>Подготовка презентации</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://admin-suet.ru/articles/dogovor-vyplata-dividendov-v-aktsionernom-obshhestve.html</p> <p>Презентация «Как выбрать компании, чьи акции будут приносить неплохие дивиденды?»</p>

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
ЮНИТА «ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ»**

11 КЛАСС

РАЗДЕЛЫ	ПОДРАЗДЕЛЫ	РЕЗУЛЬТАТ	РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	РЕСУРСЫ
2.1 Управление личными доходами	2.1.1 Виды личного дохода	<p>Раскрывают содержание понятий: «доход», «личный доход», «виды дохода»</p> <p>Понимают принцип распределения личного дохода по видам.</p> <p>Знают, какие виды личного дохода существуют.</p> <p>Умеют применять предметную терминологию в ходе обсуждения темы.</p> <p>Применяют полученные знания в жизненных ситуациях.</p> <p>Аргументированно объясняют, что</p>	<p>Дискуссия</p> <p>Анализ ситуационных задач</p> <p>Составление сметы личных доходов</p> <p>Написание эссе «Как можно увеличить свой личный доход?»</p> <p>Составление классификации личных доходов</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://fbm.ru/kak-sozdat-svojj-biznes/biznes-idei/lichnii-dokhod.html</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=a6d-r2PIbs</p> <p>Источник:</p> <p>https://fbm.ru/kak-sozdat-svojj-biznes/biznes-idei/lichnii-dokhod.html</p> <p>Ситуационные задачи</p>

		научиться правильно управлять личными доходами - залог успешной финансовой жизни человека		
	2.1.2 Стратегия повышения личного дохода	<p>Понимают философию повышения личного дохода.</p> <p>Знают способы повышения личного дохода.</p> <p>Умеют разрабатывать стратегию повышения личного дохода.</p> <p>Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p> <p>Применяют креативное мышление при решении ситуационных задач</p> <p>Умеют анализировать и принимать мнение окружающих для принятия решения</p> <p>Объясняют важность</p>	<p>Анализ ситуационных задач</p> <p>Просмотр и обсуждение видео</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://strategium.space/news/personal-financial-plan/</p> <p>https://strategium.space/news/personal-strategy/</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=8tq6twb6QW</p> <p>Ситуационные задачи</p>

		<p>навыка принимать решения для достижения успеха. Раскрывают алгоритм действий, предшествующих принятию решения: анализ различных вариантов и соответствующих им рисков, степени ответственности, понимание, что проблему можно решить сообща. Развивают креативное мышление</p>		
	<p>2.1.3 Роль активного дохода в семейном бюджете</p>	<p>Понимают суть понятия «активный доход». Знают способы получения активного дохода. Умеют эффективно распоряжаться денежными</p>	<p>Дебаты Анализ ситуационных задач Составление плана получения активного дохода на год</p>	<p>Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=NNKLPfZMgtA https://www.youtube.com/watch?v=a6d-r2PIbs Ситуационные задачи</p>

		<p>средствами, составляющими активный доход.</p> <p>Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p> <p>Умеют составлять план получения активного дохода</p>		
	<p>2.1.4 Как построить пассивный доход</p>	<p>Понимают значение пассивного дохода в семейном бюджете.</p> <p>Знают алгоритм создания источников пассивного дохода.</p> <p>Умеют объяснять различия между активным и пассивным доходом.</p> <p>Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p> <p>Умеют составлять план получения пассивного дохода</p>	<p>Ролевая игра</p> <p>Анализ ситуационных задач</p> <p>Составление плана получения пассивного дохода на год</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=a6d-r2PIbs</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=uK1cgj_I8T0</p> <p>https://fingeniy.com/aktivnyj-i-passivnyj-doxod-video-urok/</p> <p>Ситуационные задачи</p>

2.2 Управление личными расходами	2.2.1 Эффективное использование карманных денег	Понимают значение навыков эффективного использования карманных денег для достижения финансового достатка. Знают основные правила использования карманных денег. Умеют эффективно использовать карманные деньги. Применяют полученные знания в жизненных ситуациях	Ролевая игра Составление инфографики Проведение исследования	Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=CzE5elaC8xg https://www.youtube.com/watch?v=Ah7YlopMKGE https://fingramota.kz/ru/post/urok-1-planirovanie-rashodov-i-dohodov-eto-osnova-finansovogo-uspeha Ситуационные задачи
	2.2.2 Крупные покупки	Понимают, какие покупки считаются крупными. Знают алгоритмы создания накоплений для крупных покупок. Умеют планировать крупные покупки. Применяют полученные знания в	Анализ ситуационных задач Проведение исследования Дебаты	Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=GViqm3S7WPc https://www.youtube.com/watch?v=tygK6K_4RCE https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=SWSVN2nop1U

		жизненных ситуациях		Ситуационные задачи
2.2.3 Эмоциональные покупки	<p>Понимают значение термина «крупные покупки».</p> <p>Знают методы защиты от эмоциональных покупок. Умеют рационально использовать денежные средства.</p> <p>Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p>	<p>Ролевая игра</p> <p>Проведение исследования</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=gCRx3e2fQYk</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=-pqFllzNJqE</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=veA_v1t6Kzk</p>	Ситуационные задачи
2.2.4 Банковские кредиты	<p>Понимают, что такое банковский кредит.</p> <p>Знают условия предоставления банковских займов.</p> <p>Умеют рассчитать сумму ежемесячных выплат с учетом процентной ставки.</p> <p>Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p>	<p>Анализ ситуационных задач</p> <p>Проведение исследования</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://kolotiloff.ru/node/487</p> <p>https://inbusiness.kz/ru/tv_programs/itogibrief/bankovskie-kredity-podorozhayut</p> <p>https://infobank.pt/infolivenew/zhiznj-s-denjgami-no-bez-komforta-tretjya-forma-</p>	

				deneg-i-besplatnyj-kredit/ Ситуационные задачи
2.3 Семейный бюджет	2.3.1 Виды семейного бюджета	Понимают, какие виды семейного бюджета существуют. Знают структуру каждого из видов семейного бюджета. Умеют анализировать причины выбора семьей того или иного вида бюджета. Применяют полученные знания в жизненных ситуациях	Ролевая игра Составление таблицы для ведения семейного бюджета	Видеоматериалы https://womanadvice.ru/semeynyy-byudzhet-kak-ego-vesti-i-kak-ekonomit https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM Разработка «Как сделать таблицу для ведения семейного бюджета?» https://journal.tinkoff.ru/spreadsheet-family-budget/ Ситуационные задачи
	2.3.2 Планирование семейного бюджета	Понимают важность планирования семейного бюджета. Знают методы	Анализ ситуационных задач Проведение исследования	Видеоматериалы https://fingramota.kz/ru/post/urok-1-planirovanie-rashodov-

		планирования семейного бюджета. Умеют планировать семейный бюджет. Применяют полученные знания в жизненных ситуациях		i-dohodov-eto-osnova-finansovogo-uspeha https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM Ситуационные задачи
2.3.3 Правила ведения семейного бюджета	Понимают обоснованность применения правил ведения семейного бюджета. Знают, какие правила ведения семейного бюджета существуют. Умеют вести семейный бюджет. Применяют полученные знания в жизненных ситуациях	Ролевая игра Проведение исследования «Ведение семейного бюджета» Разработка Инструкции по оптимизации семейного бюджета	Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=mNmKDbiAKE8 https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM https://www.youtube.com/watch?v=0i7zHGUPSEI Ситуационные задачи	
2.3.4 Экономия семейного бюджета	Понимают важность экономии семейного бюджета. Знают основные принципы экономии	Анализ ситуационных задач Проведение исследования	Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM	

		<p>семейного бюджета. Умеют нести ответственность за свои финансовые решения. Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p>		<p>https://ctv.by/semeynyy-byudzhet-zachem-on-nuzhen-i-kak-ego-planirovat-govorim-s-ekspertom</p> <p>Ситуационные задачи</p>
<p>2.4 Сбережения и накопления</p>	<p>2.4.1 Финансовая подушка безопасности</p>	<p>Понимают важность создания финансовой подушки безопасности. Знают методы создания финансовой подушки безопасности. Умеют создавать финансовую подушку безопасности. Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p>	<p>Ролевая игра Разработка правил для создания подушки безопасности Проведение исследования</p>	<p>Видеоматериалы https://24.kz/ru/tv-projects/item/507790-cto-takoe-finansovaya-podushka-bezopasnosti-na-paltsakh https://elenamaksimovich.ru/finansovaya-podushka-bezopasnosti/ https://www.youtube.com/watch?v=e0YvbhdKrQs https://www.youtube.com/watch?v=zElwGYdhclc</p> <p>Ситуационные задачи</p>

	<p>2.4.2 Способы создания накоплений</p>	<p>Понимают важность наличия денежных накоплений. Знают методы создания полученные знания в жизненных ситуациях. Умеют эффективно управлять денежными накоплениями. Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p>	<p>Анализ ситуационных задач Составление плана накоплений на год</p>	<p>Видеоматериалы https://coinpost.finance/p/kak-kopit-dengi https://www.youtube.com/watch?v=O7aZ2WG0uJQ Ситуационные задачи</p>
	<p>2.4.3 Виды накоплений</p>	<p>Понимают, чем виды накоплений отличаются друг от друга. Знают, какие виды накоплений существуют. Умеют определить финансовые риски для разных видов накоплений. Применяют полученные знания в</p>	<p>Ролевая игра Подготовка презентации Составление Правил для накоплений семьи</p>	<p>Видеоматериалы https://www.youtube.com/watch?v=yHMnhnEYBIU https://www.youtube.com/watch?v=yHMnhnEYBIU Ситуационные задачи</p>

		жизненных ситуациях		
	2.4.4 Финансовый достаток семьи	<p>Понимают значение понятия «финансовый достаток»</p> <p>Знают, как достичь финансового достатка.</p> <p>Умеют рассуждать о способах достижения финансового достатка.</p> <p>Применяют полученные знания в жизненных ситуациях</p>	<p>Дебаты</p> <p>Анализ ситуационных задач</p> <p>Обсуждение и анализ видео</p> <p>Составление финансового плана семьи</p> <p>Проведение исследования</p>	<p>Видеоматериалы</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=0svfNiQZrFM</p> <p>https://dzen.ru/a/W7fAL00eAACqdDX2</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=mNmKDbiAKE8</p> <p>https://ctv.by/semeynyy-byudzhet-zachem-on-nuzhen-i-kak-ego-planirovat-govorim-s-ekspertom</p> <p>Ситуационные задачи</p>
	2.4.5 Вклад - простой и надежный финансовый инструмент	<p>Полнимает значение понятий:</p> <p>«Финансовый инструмент». «Виды финансовых инструментов»</p> <p>«Займы», «Акции», «Опцион», «Фьючерсы». «Свод», «Форфард»</p>	<p>Проектные работы, Формат в стиле TED</p>	<p>Медиаресурсы</p> <p>https://youtu.be/PV_29ZVImPA</p> <p>Встречи с представителями финансовой и банковской служб, бизнесменами</p>

		У обучающихся сформировано знание и понимание механизмов применения финансовых инструментов Знают и объясняют какие группы финансовых инструментов существуют		
	2.4.6 Влияния финансовой грамотности на формирование качества жизни человека	Понимают значение ключевых терминов и понятий: «Планирование и учет» «Финансовая система» «Инвестирование» « Финансовый анализ» «Финансовое мышление» Имеют возможность эффективно управлять деньгами, используя	Проектные работы, Формат в стиле TED и т.д Групповая работа (тренинговый формат, коуч))	Медиаресурсы https://youtu.be/a8kV0zVWRX4 https://youtu.be/S88HZWjuVZg https://youtu.be/QTlbUSrpL1Y https://youtu.be/b5YIpmppqrw https://youtu.be/taBees40yDY

		свой внутренний потенциал посредством знания и принимают обоснованные решения в жизни		https://youtu.be/7ZyptT-MbDb4
--	--	---	--	---

РАЗДЕЛ 2 СОДЕРЖАНИЕ, ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ЮНИТУ «МЕДИАГРАМОТНОСТЬ И ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ» В 11 КЛАССЕ

Юнит «Финансовая грамотность» курса «Глобальные компетенции» охватывает ряд фундаментальных экономических идей, включая введение в систему цен и государственное вмешательство, международную торговлю и обменные курсы, измерение занятости и инфляции, а также причины и последствия инфляции.

Ряд тем будут раскрывать вопросы теории фирмы, дефицита и выбора, рентабельности и принятия решений, эффективность и неэффективность финансового планирования, макроэкономическую теорию и политику, экономический рост и развитие рынка. В ходе изучения данного юнита старшеклассники научатся объяснять и анализировать экономические проблемы и предоставлять аргументы и решения, оценивать экономическую информацию, а также четко организовывать, представлять и передавать идеи и суждения.

2.1 МАРКЕТИНГ

На уроках по данному разделу педагог знакомит обучающихся с ключевыми принципами маркетинга в условиях современного бизнеса, разъясняет, какие бывают основные маркетинговые теории, и как технологический прорыв последнего столетия повлиял на появление новых инструментов маркетинга. Обучающиеся познакомятся с основами искусства продвижения товара или услуги компанией, через призму выстроенных параллелей между маркетингом и ведением войны, а также узнают какие бывают маркетинговые стратегии, для каких компаний они актуальны и при каких условиях они будут успешны.

В процессе изучения данного раздела старшеклассники узнают значение новых терминов и концепций, таких как теория “4P”, портрет покупателя, SEM, SMM и SWOT- анализ. Также они получают информацию о том, что такое бренд компании в современных реалиях и какую выгоду несет наличие лояльности и узнаваемости бренда у потребителей.

Тема «ВВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГ»

Ты узнаешь:

- что такое маркетинг;
- основные принципы маркетинга;
- зачем проводят анализ рынка.

Ты научишься:

- определять важность маркетинга в бизнесе;
- объяснять маркетинговую теорию «4Р»;
- составлять портрет покупателя.

Ключевые слова: маркетинг, «4Р», анализ рынка, портрет покупателя.

Проблемный вопрос. Каким образом избыток изготовленных товаров стал катализатором развития массового сбыта, причиной которого стало внедрение разделения труда и начало использования ручных орудий в производстве?

Торговлей люди занимались с давних времен, даже бартерные сделки, которые происходили до появления денег с использованием ракушек, драгоценных камней или монет можно считать продажей. Но массовые продажи товаров начались с развитием мануфактурного производства. Человечество научилось производить товары в промышленных масштабах, что привело к потребности всестороннего изучения темы продаж.

В современном мире, это называется, одним словом, **маркетинг** – деятельность компании, направленная на изучение интересов покупателей и их платёжеспособность, а также на поиск возможностей реализации их потребностей.

Дискуссия

Какая стратегия тебе ближе? Рассчитывать продажи исходя из объема произведенного продукта или планировать производство, ориентируясь на предполагаемые продажи. Аргументируй свой ответ.

Это интересно!

Решил как-то Алдар Косе начать продавать арбузы, и чтобы стимулировать продажи придумал написать следующее на табличке - «Один арбуз 500 тг. Три арбуза 2000 тенге».

Гуляющий по базару Бай, прочитав слова на табличке, решил показать Алдар Косе, что тот вообще не разбирается в маркетинге. Подошел и купил один арбуз за 500 тенге, потом еще один арбуз за 500 тенге и еще один арбуз за 500 тенге – а затем, уходя, с гордостью заявил:

— Учись, Алдар Косе, я купил три арбуза, но заплатил только полторы тысячи тенге! Тебе бы изучить что такое формирование цены, и какие бывают ценовые стратегии!

Алдар Косе лишь удивился такой реакции:

— Вот как обычно! Берут вместо одного арбуза целых три - они, а не разбирающийся в коммерции – я!

Выскажи мнение

Всегда ли покупатели правильно трактуют главную задумку маркетологов?

Основателем маркетинга как науки считается Филип Котлер. Он первый сформулировал правило «4Р» (правило 4 букв П). Теория «4Р» гласит, что успех любой продажи базируется на четырех вещах:

- Р – place (место продажи);
- Р – Price (цена продажи);
- Р – product (продукт, товар или услуга);
- Р – promotion (продвижение, реклама).

Место продажи – деятельность по размещению, цель которой доступность товара для покупателей, в эту категорию входят *каналы сбыта* (интернет-магазины, дилерские центры, офисы продаж и другие), *логистика* (отгрузка, хранение и перемещение товара), *дистрибуция* (способы распространения), и *мерчандайзинг* (расположение товара на полках).

Цена продажи – именно цена товара влияет на конечную прибыль компании, поэтому необходимо найти баланс между удовлетворенностью (ценой) клиента и доходом компании, в эту категорию входят *формирование цены* (затраты на производства плюс ожидаемая прибыль), *скидки* (снижение цены в рамках мотивации или вознаграждения покупателя) и *ценовые стратегии* (расчет потенциальной динамики изменения исходной цены).

Продукт – в любом случае покупатель смотрит на качество товара или услуги, в эту категорию входят *товарный знак, упаковка и сервис*.

Продвижение – действия направленные на информирование целевой аудитории о преимуществах товара или услуги и убеждения покупателя приобрести именно этот товар, в эту категорию входят *реклама, личные продажи, выставки, презентации и промо-акции*.

Задание

Проведи исследование, изучи чем отличаются стратегии «5Р» и «7Р» от «4Р». На сколько обоснованно введение новых факторов в данных стратегиях по твоему мнению? Подкрепи свой ответ объективными доводами.

Дискуссия

Успешные бизнесмены считают, что продажи являются двигателем бизнеса. На сколько обоснованно такое суждение?

Это интересно!

«Маркетинг можно изучить за одну ночь, маркетинг можно изучать всю жизнь!» - Филип Котлер

Важнейшим этапом в маркетинге считается предварительный **анализ рынка** – сбор подробной информации о товаре (услуге), покупателях и конкурентах, дальнейшая обработка полученной информации для разработки маркетинговой стратегии. В процессе анализа также учитываются географические, демографические и психографические показатели. Конечным результатом данного исследования становится оценка жизнеспособности продукта.

Для полноты информации, необходимой для построения маркетинговой стратегии важно сформировать **портрет покупателя** – общий образ вымышленного покупателя, который включает в себя следующие характеристики: возраст, пол, место проживания, семейное положение, род деятельности, потребности, желания и фобии.

Дискуссия

Вспомни примеры из своей жизни, когда ты принимал решения с учетом всей необходимой информации, и когда ты принимал решения без какого-либо анализа. Опиши результаты последствия первого и второго способа принятия решений.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Выбери бизнес по своему усмотрению и составь портрет покупателя. Полученную информацию занеси в таблицу. Проанализируй полученные данные и поделись выводами.

Пол	Возраст	Место проживания	Семейное положение	Род деятельности	Потребности	Уровень удовлетворенности

Рефлексия

1. Какое место по важности маркетинг должен занимать в бизнесе?

2. Какой из аспектов теории «4Р» ты считаешь самым важным и почему?
3. Какие важные выводы можно сделать по портрету покупателя?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	Нарисовать рисунок как на примере.	
	<p>Нарисовать рисунок как примере.</p> <p>Тезис рисунка «Продажи двигатель бизнеса!»</p> <p>Возможно использование другой (любых) образов.</p> <p>Главное донести на рисунке главный тезис.</p>	
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p> <p>Текст в облаке «Может существует более эффективный способ определить нашего целевого покупателя?»</p>	

Тема «ДИДЖИТАЛ- МАРКЕТИНГ»

Ты узнаешь:

- что называют диджитал-маркетингом;
- какие инструменты рекламы используются в онлайн продажах;
- чем отличается контекстная реклама от обычной.

Ты научишься:

- замечать и анализировать влияние диджитал-маркетинга в обычной жизни;
- понимать, как настраивается контекстная реклама.

Ключевые слова: диджитал-маркетинг, онлайн продажи, SEM, SMM, контекстная реклама.

Проблемный вопрос. Почему такая известная и в прошлом успешная компания как Кодак потеряла огромную долю на рынке и потеряла лидерство?

Двадцать век смело можно называть веком цифровизации. Это высказывание подтверждается разными аспектами, начиная от цифровой связи и цифровой печати, заканчивая технологическими инновациями в сфере банковских услуг. Такая тенденция не могла не задеть и область маркетинга. Появился новый термин **диджитал-маркетинг**, который обозначает использование любых цифровых каналов для привлечения и удержания клиентов. Примерами диджитал-маркетинга можно назвать, как и рекламу на радио, так и рекламные ролики во время просмотра видео на YouTube.

Цифровыми стали не только продвижение и реклама продукта, но и сами сделки в виде **онлайн продаж**. Сегодня клиент может выбрать продукт, сравнить с альтернативными вариантами, оформить покупку и заказать доставку до двери своего дома онлайн, не вставая с дивана, ограничившись только мобильным телефоном или компьютером.

Дискуссия

Провоцирует ли доступность онлайн покупок и обилие яркой рекламы в интернете на приобретение маловажных или вовсе ненужных товаров?

Запомни!

«Если Вашего бизнеса до сих пор нет в интернете, значит, скоро у вас совсем не будет бизнеса», – Билл Гейтс.

Выскажи мнение

Как ты думаешь в онлайн продажах больше сделок было совершено со смартфона или компьютера?

Маркетинг в интернете очень разнообразен, но основными видами диджитал маркетинга считаются: использование **цифровое телевидения** и

онлайн-радио (не смотря на развитие стриминговых сервисов более взрослое поколение продолжает смотреть телевизор дома и слушать радио за рулем); **реклама в мобильных приложениях, мессенджерах, онлайн-играх** (на сегодняшний день все возрастные категории используют смартфоны, это дает новые возможности рекламодателю донести рекламу до своей целевой аудитории. Поэтому сегодня рекламу можно встретить в различных мобильных приложениях, мессенджерах и в онлайн-играх).

Вторым популярным способом диджитал-маркетинга является **SEM** (Search Engine Marketing), который дословно переводится как поисковой маркетинг – внедрение платных рекламных инструментов, цель которых продвижение позиций сайта при поисковой выдаче.

Следующим важным аспектом диджитал-маркетинга считается **SMM** (Social Media Marketing) – маркетинг в социальных сетях. Задача такого инструмента как SMM является привлечение новых клиентов из «ВКонтакте», «Facebook», «Instagram» и других платформ. Также целью SMM можно назвать расширение узнаваемости бренда и улучшение его онлайн репутации.

Дискуссия

Исходя из личного опыта какая из технологий онлайн продвижения оказывает на тебя максимальное влияние? Как ты думаешь почему именно этот способ особенно эффективен?

Это интересно!

Объем продаж в интернете в 2021 году в Казахстане превысил показатели 2019 года приблизительно в три раза.

Задание

Зафиксируй все проявления диджитал-маркетинга в твоей жизни в течении одного дня.

Проанализируй свои записи и ответь на следующие вопросы:

- Какой из инструментов диджитал-маркетинга попадался чаще всего?
- Какие эмоции ты испытал при контакте с ними?
- Какая реклама вызвала в тебе максимальное раздражение, а какая наоборот заинтересовала своим продуктом?

Основным отличием диджитал-маркетинга является стремление подстраиваться под поведение и интересы человека в интернет-

пространстве. Для этого используется **контекстная реклама** – форма целевой рекламы, при которой рекламное объявление составляется и отображается в соответствии с выбранной аудиторией, местом и временем размещения и иным контекстом. Чтобы максимально точно выявить своего потенциального покупателя маркетологи анализируют его историю поисковых запросов, посещенные веб-страницы, подписки в социальных сетях и другие доступные данные.

КЕЙС

Во время избирательной гонки выборов 45-го президента США было доказано, скрытое и косвенное влияние социальных сетей на мнения избирателей. Выяснилось, что корпорация Facebook собирала данные пользователей, выявляла их предпочтения в выборе между партиями республиканцев и демократов, а затем выдавала определенную рекламу, подталкивающую к определенному выбору в рамках президентской гонки.

Данные событие поводов для аннулирования результатов выборов не дало, но сам факт возможности влияния на избирателей таким способом стало для всех открытием.

Выскажи мнение

Справедливо ли использование технических возможностей диджитал-маркетинга в сферах далеких от бизнеса?

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Представь, что ты занимаешься настройкой контекстной рекламы для трех видов бизнеса. Какие слова ты добавишь в список ключевых при анализе поисковых запросов покупателя? Заполни таблицу, тебе поможет пример.

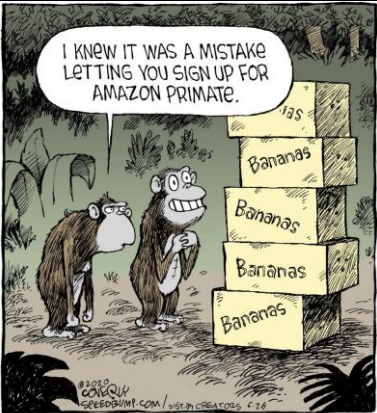


Кондитерская	Продажа автозапчастей	Ателье
<i>Пример</i> Красный бархат.	Замена масла.	Подшивка брюк.

Выскажи мнение

Как ты думаешь на сколько безопасно делиться данными о себе и своей жизни в социальных сетях?

Рефлексия

1. Можно ли защититься от обилия онлайн рекламы в целях избежания навязанных покупок?
2. Как ты думаешь в какую еще сторону может развиваться диджитал-маркетинг?
3. Изменилось ли твое отношение к конфиденциальности личных данных в интернете?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры																																							
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p> <p>Текст в облаке: Я знал, что это была ошибка регистрировать тебя в онлайн магазине.</p>	 <p>A cartoon illustration showing a monkey standing next to a stack of four boxes, each labeled "Bananas". The monkey has a speech bubble that says, "I KNEW IT WAS A MISTAKE LETTING YOU SIGN UP FOR AMAZON PRIMATE." The illustration is signed "© 2010 COLORED PENCILS.COM / ART BY CREATORS 6 26".</p>																																							
	<p>Нарисовать данную диаграмму</p>	 <p>Динамика изменения продаж по кварталам</p> <p>Продажи, млрд тенге (solid blue bars) Изменения (%) (dashed blue line)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Квартал</th> <th>Продажи (млрд тенге)</th> <th>Изменения (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1K19</td><td>57</td><td>+24%</td></tr> <tr><td>2K19</td><td>71</td><td>-2%</td></tr> <tr><td>3K19</td><td>69</td><td>+86%</td></tr> <tr><td>4K19</td><td>129</td><td>-35%</td></tr> <tr><td>1K20</td><td>84</td><td>+34%</td></tr> <tr><td>2K20</td><td>113</td><td>+65%</td></tr> <tr><td>3K20</td><td>186</td><td>+15%</td></tr> <tr><td>4K20</td><td>213</td><td>0%</td></tr> <tr><td>1K21</td><td>193</td><td>+21%</td></tr> <tr><td>2K21</td><td>233</td><td>+20%</td></tr> <tr><td>3K21</td><td>289</td><td></td></tr> <tr><td>4K21</td><td>334</td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>Источники: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК. КУРСИВ</p>	Квартал	Продажи (млрд тенге)	Изменения (%)	1K19	57	+24%	2K19	71	-2%	3K19	69	+86%	4K19	129	-35%	1K20	84	+34%	2K20	113	+65%	3K20	186	+15%	4K20	213	0%	1K21	193	+21%	2K21	233	+20%	3K21	289		4K21	334	
Квартал	Продажи (млрд тенге)	Изменения (%)																																							
1K19	57	+24%																																							
2K19	71	-2%																																							
3K19	69	+86%																																							
4K19	129	-35%																																							
1K20	84	+34%																																							
2K20	113	+65%																																							
3K20	186	+15%																																							
4K20	213	0%																																							
1K21	193	+21%																																							
2K21	233	+20%																																							
3K21	289																																								
4K21	334																																								
	<p>Нарисовать мини-комикс как на примере:</p> <p>1) на первой картинке парень пьет колу и на экране реклама "попробуйте вкус новой колы", парень возмущен и говорит "эти контекстные рекламы заставляют меня думать, что за мной следят"</p>	 <p>These targeted ads make me feel like I'm being watched...</p> <p>TRY NEW LUMP COLA BEVERAGE?</p> <p>PROTECT YOUR BRAIN FROM THE TOXICITY OF LUMP COLA BEVERAGE</p> <p>ONLY \$9.99</p> <p>PING!</p>																																							

	2) на второй картинке появляется новая реклама "устройство для поиска скрытых камер и прослушек", парень ошарашен.	
--	--	--

Тема «МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЙНЫ»

Ты узнаешь:

- что называют маркетинговой войной;
- какие бывают маркетинговые стратегии.

Ты научишься:

- определять маркетинговую стратегию по деятельности компании;
- выявлять приоритеты компании по их маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: маркетинговые войны, маркетинговые стратегии, оборонительная война, наступательная война, фланговая война, партизанская война.

Проблемный вопрос. Почему большинство маркетинговых терминов были заимствованы у военных? Что общего у военной и маркетинговой стратегий?

Современные маркетологи пришли к выводу, что искусство маркетинга похоже на искусство войны. Основной идеей нового взгляда на маркетинг стало смещение акцента с потребителя на конкурентов и борьбу с ними. Это привело к новому понятию **маркетинговые войны** – постоянные битвы с конкурентами за самые важные каналы распределения товаров, рынки сбыта и так далее. Результатом введения такой концепции стало появление военной терминологии в теории маркетинга. Например: проникновение и захват рынка, удержание позиций, и многое другое.

Более детальное изучение и анализ этих двух имеющих множество параллелей понятий привело к разработке четырех **маркетинговых стратегий**.

1. Оборонительная война – данная стратегия только для истинных лидеров рынка, которая применяется только тогда, когда компания взобралась на вершину рынка оставив своих конкурентов далеко позади.

Это дает возможность блокировать сильные шаги конкурентов. В то время как конкуренты тратят огромные ресурсы и время на разработку и реализацию инновационных идей в попытке привлечь внимание к своему продукту, лидер рынка не боится потерять свою аудиторию и разочаровать преданных покупателей, так как имеет большой кредит доверия и в случае появления успешных инновационных идей конкурентов у лидера есть время адаптировать данную технологию и перенести в свой продукт.

КЕЙС

Принято считать, что на рынке смартфонов главной борьбой является противостояние между Apple и Samsung. На самом деле положение этих двух компаний на рынке кардинально отличается, в то время как Samsung пытается изобрести что-то новое и тем самым подчеркнуть свое технологическое превосходство над смартфонами других брендов, задача Apple каждый год презентовать iPhone лучше прошлогодней версии. А блокировку сильных шагов конкурента от Apple можно наблюдать, когда инновационные идеи Samsung переносятся в iPhone уже к следующей модели. Такое поведение принято называть "нападением на самого себя", возможность успешного использования данной стратегии является исключительной привилегией абсолютных лидеров рынка.

Это интересно!

«Маркетинг – это война», - Джек Траут.

Дискуссия

Какие есть возможности победить лидера рынка, если он использует оборонительную стратегию? Сможешь ли ты привести примеры, когда у кого-то это получилось?

Задание

Найди примеры компании – лидеров, которые возглавляют рейтинг в рамках своей индустрии. Занеси полученную информацию в таблицу.

Компания – лидер	Индустрия	Ближайшие конкуренты	Причины лидерства
<i>Пример</i> Apple	Рынок смартфонов	Samsung, Xiaomi	Лучший и самый удобный дизайн интерфейса

2. Наступательная война – данная стратегия применима для компаний, которые занимают второе или третье места. Главной задачей этой стратегии является определение сильных и слабых сторон лидера

рынка, чтобы избежать «атаки» на сильную позицию, а вместо этого сконцентрировать внимание аудитории на собственном превосходстве над уязвимыми местами продукта компании лидера. Ключевым тезисом наступательной войны является «атака на как можно более узкой линии фронта».

КЕЙС

Во время второй мировой войны Германия успешно применяла данную стратегию. Ввиду численного преимущества своих войск, оппоненты могли растянуть линию обороны на большую дистанцию. Осознавая невозможность равного сопротивления на протяжении всей линии фронта, немецкие войска решили сконцентрировать свои основные силы в одном месте. Собрав около 50 танков в клин, чаще всего острием вовнутрь, шли прорывать линию обороны врага отрезком не более одного километра. Так как доминирующая сила оппонента распределила свои противотанковые орудия по всей длине фронта, прорвать их защиту в одном месте у немцев не составляло труда, а дальнейший заход в тыл практически гарантировал победу в данной битве.

Выскажи мнение

Компания занимающая второе место на автомобильном рынке решила выделить десять миллионов долларов на рекламу своей продукции, которая была представлена в десяти уникальных моделей. Как ты думаешь в каком случае будет больше рекламного эффекта, если компания разделит рекламный бюджет в равных долях на все модели или всю сумму потратит на продвижение одного самого успешного автомобиля?

3. Фланговая война – данная стратегия применяется компаниями желающими занять еще свободные рынки. Главная цель такой войны, это избегание открытых конфронтации с лидерами на уже сложившемся рынке, в пользу поиска еще не занятых территорий. В классическом маркетинге, это называется поиском новой ниши, сегмента. При фланговой атаке важно первым занять такой сегмент. Если о ваших планах узнают другие компании, то они также смогут составить конкуренцию так как в данной нише лидера еще нет.

Запомни!

При использовании стратегии фланговой войны **преследование противника так же важно, как и сама атака.** Необходимо закрепить победу полностью устранив проигравших. Данное правило распространяется и на собственную продукцию. В случае, если один продукт более прибыльный чем второй, тогда необходимо ограничиться производством только первого продукта.

Задание

Найди компании, которые удачно использовали стратегию фланговой войны. Полученные результаты оформи в виде презентации и представь перед классом.

4. Партизанская война – данная стратегия больше всего подходит для локальных и региональных компаний. Суть стратегии заключается в поиске маленьких сегментов рынка, которые не представляют большого интереса для лидера. Основным правилом партизанской войны считается условие, при котором существует низкий порог вхождения (не требует больших денег для начала торговли), а также отсутствуют большие расходы на закрытие торговли и выход из рынка.

Возможность быстрого выхода из рынка позволяет возобновить торговлю в другой части города или даже в другом городе. Гибкость стратегии и отсутствие жесткой структуры позволяют менять торговую линейку (перечень продаваемых товаров) в короткий промежуток времени без особых затрат.

Запомни!

Какого бы вы успеха не добились, никогда не ведите себя, как лидер.
Будьте готовы свернуть свои позиции в любой момент

КЕЙС

Партизанскую стратегию успешно можно применять как представителям микробизнеса, так и крупным компаниям. Например, бабушки, торгующие семечками на рынке, начинают и заканчивают торговлю в любой момент и в любом месте по собственному желанию, в то время как лидерам рынка в лице крупных сетей супермаркетов не выгодно тратить ресурсы на борьбу с ними. Аналогично крупная автомобильная компания Rolls-Royce заняла сегмент рынка дорогих машин стоимостью несколько сотен тысяч долларов. Компании не нужно большое количество торговых сделок (массовых продаж), их сильная сторона в индивидуальном подходе к каждому клиенту, что не доступно для других компаний чей приоритет в максимизации продаж.

Выскажи мнение


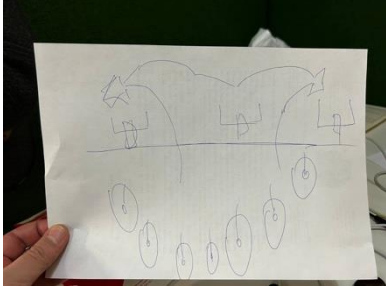

Как ты понимаешь следующее утверждение: «В военном сражении очень важную роль играет территория, на которой происходит бой, а в маркетинге территория это умы потребителей».

Это интересно!

Маркетинговая война — война исключительно интеллектуальная.

Рефлексия

1. На сколько важен интеллект для победы в маркетинговой войне?
2. Результатом победы часто является новая территория, а что является победой в маркетинговой войне?
3. Согласен ли ты, что начинающий предприниматель на пути к лидерству на рынке вынужден использовать все четыре маркетинговые стратегии?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p> <p>Текст «вообще не понимаю, почему их называют СМАРТфонами».</p>	 <p>A cartoon illustration showing two smartphones with faces. One is an iPhone and the other is a Samsung. They are talking to a man in a white shirt and black tie. A speech bubble from the man says: "sigh! I'M NOT SURE WHY THEY'RE CALLED 'SMART PHONES!'".</p>
	<p>Нарисовать рисунок, где около десяти танков прорывают линию фронта, которую защищают около трех пушек.</p> <p>Далее стрелки прорыва показывают, что они пойдут в право и лево тем самым уничтожат тылы противника.</p>	 <p>A hand-drawn sketch on a piece of paper depicting a military battle scenario. It shows a horizontal line representing a front. Above the line are several small rectangles representing tanks. Below the line are three circles representing guns. Arrows indicate the tanks moving across the front line.</p>
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p>	 <p>A hand-drawn diagram of a soccer field on a black background. It shows the field's boundaries, a center circle, and two goal areas. White arrows indicate player movements and passes. There are also several 'X' marks and 'O' marks scattered across the field.</p>

	<p>Нарисовать рисунок где заведение продающее шаурму использовали перевернутую букву М из Макдольдс.</p>	
--	--	--

Тема « SWOT- АНАЛИЗ – ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ»

Ты узнаешь:

- что из себя представляет SWOT- анализ;
- как составлять SWOT- анализ.

Ты научишься:

- определять сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы для компании;
- делать выводы из SWOT- анализа.

Ключевые слова: SWOT- анализ, сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы.

Проблемный вопрос. Как можно применить в бизнес идею: «Тот, кто владеет информацией, владеет миром»?

Основу развития любого бизнеса формирует маркетинговая стратегия, которая опирается на большие объемы аналитической работы, проведенной с использованием множества инструментов. Одним из ключевых инструментов маркетинга является **SWOT-анализ** – сбор и изучение информации и факторов, оказывающих максимальное влияние на составление стратегического плана. SWOT-анализ состоит из четырех аспектов:

- S (strengths) – сильные стороны;
- W (weaknesses) – слабые стороны;
- O (opportunities) – возможности;
- T (threats) – угрозы.

Дискуссия

Как ты думаешь на сколько широка область применения SWOT-анализа?

ТМ

При составлении SWOT-анализ маркетологи выявляют все факторы, влияющие на бизнес и деятельность, используя полученные данные, выдвигаются гипотезы о перспективах компании или ситуации на рынке. В связи с гибкостью данного инструмента SWOT-анализ подходит для оценки в совершенно разных сферах, от экономики и науки в целом, до оценки конкретной компании и продукта или политической партии.

Это интересно!

Впервые термин прозвучал в 1963 году в Гарварде на форуме по проблемам бизнес-политики.

Чтобы избежать неверной оценки при составлении SWOT-анализа, необходимо четко понимать, что включает в себя каждый из аспектов.

S (strengths) – сильными сторонами принято считать превосходства, уникальные навыки, поднимающие ценность компании. Все это позволяет фирме улучшить продажи дает уверенность в конкурентной борьбе и способствует достижению высоких позиций на рынке.

W (weaknesses) – слабыми сторонами называют те аспекты, в которых у конкурентов есть преимущество. Эти характеристики являются сдерживающими факторами развития бизнеса, препятствующими росту прибыли и ухудшающие экономические показатели.

O (opportunities) – возможностями являются уникальные факторы бизнеса, которые позволяют на прямую воздействовать на рост продаж, повышение квалификации сотрудников, оптимизацию производства и многое другое.

T (threats) – угрозами необходимо считать различные внешние факторы, независимые от ваших решений, но тем не менее создающие преграды в достижении поставленной цели и оказывающие негативное влияние на деятельность компании.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Выбери интересующую тебя компанию. Проведи маркетинговое исследование ее деятельности и изучи факторы необходимые для составления SWOT-анализа. Полученные данные внеси в таблицу.

Сильные стороны	Слабые стороны

Возможности	Угрозы

Выскажи мнение

Какие выводы можно сделать по каждому из аспектов (сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы) опираясь на данные, которые ты внес в таблицу. Аргументируй каждый свой ответ.

КЕЙС

Самые частые примеры в рамках каждого аспекта SWOT-анализа:

Сильные стороны

- большой опыт работы компании на рынке;
- высокая квалификация сотрудников;
- статистически подтверждённая доминация в своей нише;
- наличие современного оборудования;
- развитая логистическая сеть;
- продукт обладает востребованными качествами, которых нет у конкурентов;
- высокая зарплата и разработанная система мотивации сотрудников;
- наличие программ по обучению персонала;
- ценовое преимущество.

Слабые стороны

- использование устаревшего оборудования;
- высокая стоимость продукции;
- нехватка персонала;
- недостаточное финансирование;
- текучка кадров;
- узкий ассортимент;
- непроработанные условия доставки, оплаты, отсутствие системы лояльности.

Возможности

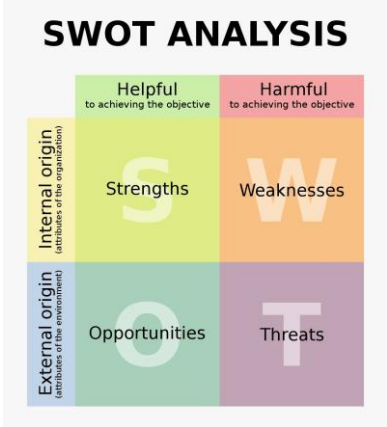
- отсутствие сильных игроков на рынке;
- снижение стоимости сырья;
- выгодное расположение производства;
- высокий уровень лояльности потребителей;
- наличие налоговых преференций.


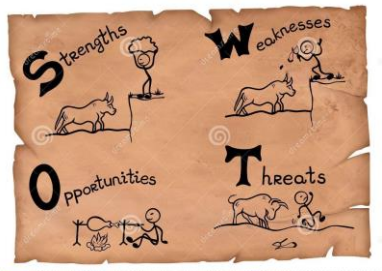
Угрозы

- нестабильная политическая ситуация в стране и мире;
- внедрение законов, ограничивающих сферу бизнеса;
- появление сильного конкурента;
- инновации в продукте конкурента;
- снижение цен конкурентами;
- подорожание сырья и материалов.

Рефлексия

1. Какими недостатками обладает SWOT-анализ?
2. Как ты думаешь все ли компании используют SWOT-анализ при составлении маркетинговой стратегии?
3. В каких сферах жизни ты можешь применить SWOT-анализ уже сейчас?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок как на картинке. Перевод:</p> <p>Extrenal origin (attributes of environment) - внешний источник (атрибуты окружающей среды) Internal origin (attributes of organization) - внутренний источник (атрибуты организации)</p>	 <p>The diagram is a 2x2 matrix titled 'SWOT ANALYSIS'. The vertical axis is labeled 'Internal origin (attributes of the organization)' at the top and 'External origin (attributes of the environment)' at the bottom. The horizontal axis is labeled 'Helpful to achieving the objective' on the left and 'Harmful to achieving the objective' on the right. The four quadrants are: Top-Left (green) 'S' Strengths; Top-Right (orange) 'W' Weaknesses; Bottom-Left (teal) 'O' Opportunities; Bottom-Right (purple) 'T' Threats.</p>

	<p>Helpful to achieve the objective - способствующие достижению цели</p> <p>Harmful to achieve the objective - препятствующие достижению цели.</p> <p>S (strengths) – сильные стороны</p> <p>W (weaknesses) – слабые стороны</p> <p>O (opportunities) – возможности</p> <p>T (threats) – угрозы</p>	
Нарисовать инфорграфику как на примере		
Нарисовать рисунок как на примере.		

Тема «БРЕНД КАК ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ»

Ты узнаешь:

- зачем компании стремятся создать бренд;
- какие преимущества дает узнаваемость бренда;
- как повышается ценность продукта, обладающего брендом.

Ты научишься:

- определять пользу, которую получает компания, создавшая бренд;
- выявлять самые успешные бренды в различных сферах бизнеса.

Ключевые слова: бренд, брендинг, лояльность к бренду, узнаваемость бренда, адвокаты бренда, ценности бренда.

Проблемный вопрос. Почему люди часто посещают рестораны, в которых еще не были, но предпочитают не покупать одежду в магазинах, где раньше ничего не покупали?

В современном мире технические условия и возможности большинства компаний вышли примерно на один уровень, в такой ситуации главным фактором, влияющим на выбор покупателей, стала репутация фирмы. Концепция репутации включает в себя огромное количество разных аспектов, для удобства специалисты объединили все это под термином **бренд**. На сегодняшний день бренд это некий образ в сознании покупателя, создающий ценность, по причине которой он готов платить больше. Создание такой установки привело компании к необходимости формировать и развивать свой бренд, или одним словом, **брендинга**.

Это интересно!

Первым упоминанием брендинга в истории человечества принято считать изобретение клейма древними ремесленниками. Клеймо приравнивалось к символу мастера, изготовившего товар и являлось гарантией качества товара.

Дискуссия

Если для покупателя клеймо мастера символизирует гарантию качества, то какую ценность несет это же клеймо для самого ремесленника?

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Проведи собственное исследование и выбери по три бренда, которые по твоему мнению вызывают максимальное доверие у покупателей. Аргументируй свой выбор, полученные данные внеси в таблицу.

	Автомобили	Бытовая техника	Смартфоны	Спортивная одежда	Рестораны быстрого питания
1 место					
2 место					
3 место					

Известный маркетолог Джек Траут считает, что зачастую при выборе, возникающем во время покупки какого-либо товара, человек заранее знает, что выберет на подсознательном уровне. Механизм принятия решений

настолько прост, что напоминает небольшую коробочку с монитором, на котором высвечивается только да или нет. Да – это сформированная лояльность клиентов к бренду, нет – это нейтральное отношение или недоверие к бренду.

Лояльность к бренду принято считать приверженность покупателей к одному бренду и сформированное намерение приобретать продукцию только этого бренда, независимо от комфорта и цены.

Заметить присутствие данного явления можно в совершенно разных сферах нашей жизни, мы часто:

- выбираем фильмы с актерами, которых мы видели в других понравившихся нам фильмах;
- предпочитаем покупать в магазинах, в которых ранее совершали покупки;
- чаще всего покупаем автомобили того же бренда, что и автомобили, на которых ездили прежде;
- и другое.

Запомни!

Узнаваем тот бренд, логотип которого мы можем распознать, увидев только его малую часть или какой-то элемент.

Одним из ключевых факторов наличия бренда является его узнаваемость. **Узнаваемостью бренда** называют степень информированности потребителей о какой-либо компании или ее продукте, а также готовность клиента выделения данной компании на фоне всех прочих при совершении покупки.

Самым эффективным способом увеличения лояльности и узнаваемости бренда считается наличие **адвокатов бренда** – клиенты, которые пользуются продукцией бренда и по собственной инициативе рекомендуют ее своим друзьям, близким, а иногда даже своим подписчикам в социальных сетях.

Многие осознанные, лояльные покупатели и адвокаты бренда становятся таковыми, потому что разделяют **ценности бренда** – стержневой фактор его идентичности, инструмент для повышения значимости бренда для его целевой аудитории. В качестве примеров ценностей бренда можно привести: готовность к инновациям, трепетность отношения к сотрудникам, забота о природе и серьезное отношение к экологическим проблемам и другое.

Это интересно!

Зачастую платная реклама негативно воспринимается покупателями. В таких ситуациях лучше всего проявляет себя **сарафанное радио** – непринужденная форма коммуникации, при которой удовлетворенный клиент сам бесплатно распространяет информацию о бренде и его продукции.

КЕЙС


Ярким примером успешного брендинга можно назвать компанию Coca-Cola. В любой стране мира если вы попросите у продавца колу, то он поймет о каком напитке идет речь. Сложно найти человека, который не видел новогоднюю рекламу этой компании и не испытывает тепло внутри от мелодии «праздник к нам приходит».


Выскажи мнение

Сколько времени нужно компании, чтобы заработать положительную репутацию в глазах клиента и отложить в его сознании ассоциации со своим брендом?

Рефлексия

1. Какие казахстанские компании по твоему мнению уже сформировали бренд?
2. Нужно ли создавать национальный (страновой) бренд?
3. Сотрудники каких отделов несут ответственность за выстраивание и поддержание бренда компании?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	Нарисовать рисунок как на примере Надпись «Сила брендинга»	<p>BRANDING IS EVERYTHING</p>  <p>\$1.25 \$3.25</p>

	<p>Нарисовать рисунок, где гончар ставит свое клеймо (бренда) на изготовленную продукцию.</p>	
	<p>В большом зале полном людей идет презентация Apple, со сцены Стив Джобс говорит "сейчас я покажу вам лучший телефон в мире", у некоторых людей в зале над головой спич бабл, у половины в нем логотип Apple, а у половины Samsung.</p>	
	<p>Нарисовать рисунок как на примере. Надпись «Как менялся дизайн бутылки Coca-Cola»</p>	

ЗАКЛЮЧЕНИЕ К РАЗДЕЛУ

Теперь ты знаешь:

- что такое маркетинг;
- основные принципы маркетинга;
- зачем проводят анализ рынка;
- что называют диджитал-маркетингом;
- какие инструменты рекламы используются в онлайн продажах;
- чем отличается контекстная реклама от обычной;
- что называют маркетинговой войной;
- какие бывают маркетинговые стратегии;
- что из себя представляет SWOT- анализ;
- как составлять SWOT- анализ;
- зачем компании стремятся создать бренд;
- какие преимущества дает узнаваемость бренда;
- как повышается ценность продукта, обладающего брендом.

Теперь ты умеешь:

- определять важность маркетинга в бизнесе;
- объяснять маркетинговую теорию «4Р»;
- составлять портрет покупателя;
- замечать и анализировать влияние диджитал-маркетинга в обычной жизни;
- понимать, как настраивается контекстная реклама;
- определять маркетинговую стратегию по деятельности компании;
- выявлять приоритеты компании по их маркетинговой стратегии;
- определять сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы для компании;
- делать выводы из SWOT- анализа;
- определять пользу, которую получает компания, создавая бренд;
- выявлять самые успешные бренды в различных сферах бизнеса

2.2 ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И МОДЕЛИРОВАНИЕ

На уроках данного раздела важно познакомить обучающихся с основными принципами финансового планирования и моделирования современного бизнеса. Старшеклассники должны узнать какие основные категории данных включает в себя классическая финансовая модель, какую пользу для бизнеса она может принести, и каким пагубным последствиям ведет её отсутствие.

Обучающиеся, углубляясь в теорию экономического планирования, познакомятся с базовыми концептами бюджетирования и ценовой политики. В процессе изучения данного раздела они узнают множество новых понятий и терминов, таких как дефицит и профицит бюджета, ценообразование, ценовой квадрант, операционная маржа и дивиденды, а также получают информацию о том, какие бывают виды прибыли, что отличает их друг от друга, и с помощью каких формул их можно высчитать, анализируя отчетность проделанной бизнесом работы.

Тема «ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ И СПОСОБЫ ЕЕ ПОСТРОЕНИЯ»

Ты узнаешь:

- что называют финансовой моделью;
- когда составляют финансовую модель;
- какие решения принимают, основываясь на финансовой модели.

Ты научишься:

- оставлять базовую финансовую модель;
- выявлять постоянные расходы.

Ключевые слова: финансовая модель бизнеса, план продаж, расчет себестоимости, постоянные расходы, отчет о прибылях и убытках, точка безубыточности.

Проблемный вопрос. Представь, что родители поручили тебе организовать большое семейное мероприятие на праздник Наурыз. На него будут приглашены родственники и друзья семьи, чье общее количество равно 30. Необходимо придумать программу праздника, составить меню стола, выбрать место проведения и предоставить детальный план, который включает в себя необходимые финансовые расчеты. Какой твой алгоритм

действий в данной ситуации? Используй таблицу для расчета необходимых затрат.

№	Статья расхода	Сумма расхода
1		
2		
3		
		ИТОГО

Большинство начинающих предпринимателей игнорируют инструменты планирования, их основным фокусом остается сама бизнес-идея. Тщательное планирование и ведение детальной отчетности использования денежных средств кажется им недостаточно значимым. Однако, такой подход зачастую ведет к банкротству или крайне неудачному бизнес-опыту. В свою очередь, успешные предприниматели настоятельно рекомендуют сделать основным приоритетом составление **финансовой модели бизнеса** – сводная таблица или система, которая включает в себя пять важных составляющих: план продаж, расходы на содержание бизнеса, расчет себестоимости продукции, учет денежных средств, конечный результат.

Финансовая модель актуальна и необходима:

- **как до начала запуска бизнес-проекта**, так как она может заранее предсказать жизнестойкость проекта по его финансовым показателям, а также поможет в составлении целей и задач на этапе зарождения проекта. В расчет идет прогноз количества продаж продукции в сравнении с себестоимостью и расходами. Таким образом можно увидеть, что проект сложно реализуемый или наоборот успешный, при этом не потратив много времени и средств.
- **так и для действующего бизнеса**, потому что она определяет ключевые точки роста, показывает наличие узких горлышек, которые негативно влияют на прибыль и в целом на бизнес.

Дискуссия

Планирование как инструмент эффективно только в бизнесе, или оно применимо и в обычной жизни тоже? Расскажи о своем опыте детального планирования в быту.

В современных реалиях существует большое количество вариантов составления финансовой модели. Их структура и содержание зависит от

множества факторов: масштабы бизнеса, сфера деятельности, наличия и вида привлеченных инвестиций, этапа развития проекта, поставленных задач и многого другого.

Самое базовое наполнение включает в себя следующие категорий информации в виде расчетных таблиц:

План продаж – документ, описывающий количество, цену и сроки будущих продаж продукции. Данная категория представляет из себя некий путеводитель, алгоритм действия для реализации поставленных целей. Особенностью данного документа является детальное планирование продаж каждого наименования продуктов и мест их реализации.

Пример

Наименование продукта	Месяц 1		Сумма продаж за месяц	Месяц 2		Сумма продаж за месяц
	Кол-во единиц	Цена за единицу		Кол-во единиц	Цена за единицу	
Товар 1						
Товар 2						
Товар 3						

Выскажи мнение

Как мотивировать команду если план продаж не достигается?

Расчет себестоимости – документ, описывающий алгоритм расчета стоимости производства одной единицы продукции в денежной форме. Многие люди, не имеющие предпринимательского опыта при попытке расчета себестоимости, учитывают только сырьевые затраты, однако, в реальности есть множество других форм производственных затрат, таких как: заработная плата сотрудников, расходы на электроэнергию и водоснабжение, расходы на аренду помещения и так далее.

Запомни!

Невозможно один раз и навсегда рассчитать себестоимость какого-либо товара. Множество различных внешних факторов постоянно ведут к ее изменениям.

Выскажи мнение

Перечисли возможные причины изменения себестоимости продукта.

Постоянные расходы – документ, отражающий величину затрат, объем которых не зависит от количества произведенного товара. Таким расходами могут быть общие затраты на содержание офиса и производства, заработная плата администрации, налоги и другое.

Пример

Наименование расхода	Месяц 1	Месяц 2	Месяц 3	Итого за 3 месяца
Аренда офиса				
Расходы на содержание офиса				
Зарботная плата администрации				
Расходы на рекламу				
Налоги				
ИТОГО				

Задание

Перечисли возможные расходы бизнеса, которые необходимо тратить, но при этом их наличие и размер не зависят от количества произведенного товара.

Отчет о прибылях и убытках – документ составленный в табличной форме отражающий конечный финансовый результат бизнеса в виде конкретного числа, означающего разницу между общими доходами и суммарными расходами компании за определенный период. В случае положительной разницы результатом является **прибыль**, в противном случае итогом будут **убытки**.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА


Проведи исследование и найди примеры предпринимательской деятельности, когда компания несет убытки большую часть времени, но это не приводит к ее банкротству. Назови главные причины уникальности таких бизнесов. Аргументируй свое мнение.

Это интересно!

Точкой безубыточности или нулевой прибыли называют ситуацию, при которой общий объем продаж равен суммарным расходам компании.

Рефлексия

1. Достаточно ли хорошей идеи для успешности бизнеса?
2. Какие управленческие решения можно принимать, опираясь на показатели финансовой модели?
3. Является ли наличие постоянной чистой прибыли прямым показателем успешности бизнеса?

Рисунок, фотография или реалити	Описание иллюстрации	Примеры
	Нарисовать рисунок как на примере.	 An illustration showing three business professionals in a meeting. A woman on the left is pointing at a large screen displaying a 'ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ' (Financial Model) with a grid. A man in the center is looking at the screen, and a woman on the right is sitting on a stack of boxes, also looking at the screen. There are boxes with a minus sign and a plus sign, and a potted plant on the left.
	Нарисовать мини комикс из четырех кадров (2x2). Левый столбик от правого немного отделить небольшим пространством, чтобы он считывался параллельно сверху вниз.: Верхний левый: довольный предприниматель в очках загорает на пляже, на столике рядом коктейль и пачка денег	

	<p>Нижний левый: этому же предпринимателю, но уже подавленному, в (бедно обставленном) кабинете во время презентации результатов показывают график продаж, стремительно падающий.</p> <p>Верхний правый: замученный второй предприниматель (взъерошенная голова, развязанный галстук) в горе бумаг составляет планы и фин модели.</p> <p>Нижний правый: аналогичная картина с презентацией для второго предпринимателя (уже довольного, в роскошном и просторном кабинете), но в этот раз графики летят вверх.</p>	
--	--	--

Тема «БЮДЖЕТИРОВАНИЕ»

Ты узнаешь:

- как составляется бюджет;
- из каких частей состоит бюджет;
- как появляется дефицит и профицит бюджета.

Ты научишься:

- составлять бюджет;
- определять степень эффективности запланированного расхода;
- оптимизировать бюджет.

Ключевые слова: бюджет, бюджетирование, доходная часть бюджета, расходная часть бюджета, дефицит бюджета, профицит бюджета, сбалансированный бюджет.

Проблемный вопрос. Вспомни такую ситуацию, когда у тебя не хватило денег на покупку или оплату чего-то важного, потому что ранее ты потратил средства на маловажную незапланированную покупку?

Любой бизнес сталкивается с огромным количеством срочных нерешенных задач. Начинающий предприниматель зачастую не умеет, верно, расставлять приоритеты и распоряжаться средствами так, чтобы денежных средств хватало на выполнение первоочередных задач.

Важный навык умения верно и эффективно распоряжаться имеющимися денежными средствами приходит к предпринимателю через составление **бюджета** – финансовый инструмент, который состоит из поступлений (доходы компании) и выбытий (расходы компании) денежных средств.

Использование данного инструмента позволяет предпринимателю избежать ситуации выхода за рамки собственных финансовых возможностей и сигнализирует о необходимости перераспределения имеющихся средств до совершения критических ошибок. Процесс составления и разработки бюджета называется **бюджетированием**.

Выскажи мнение

Как ты думаешь, чем должен руководствоваться предприниматель, определяя важные и менее важные задачи?

Это интересно!

Закон трех ДА.

Опытные предприниматели советуют начинающим бизнесменам в момент траты денежных средств задать себе три вопроса:

- Данная трата ведет к повышению моих доходов? Да/Нет.
- Данная трата ведет к снижению моих расходов? Да/Нет.
- Данная трата ведет к улучшению моего продукта или работы моей команды? Да/Нет.

Количество ответов «ДА» прямо пропорционально эффективности данной траты.

По определению бюджет состоит из двух частей:

Первая **доходная часть** включает в себя полный список возможных денежных поступлений на счет компании. Эта часть обязательно включает в себя деньги вырученные от реализации продукции компании (в разрезе

продуктовой линейки), средства, полученные от инвесторов или пожертвования от довольных клиентов.

Вторая **расходная часть** включает в себя перечень всех денежных отчислений со счета компании. В данной части необходимо указать детальный перечень всех статей финансовых трат от закупки канцелярских товаров до выплаты бонусов лучшим сотрудникам.

Ситуацию, когда доходная часть бюджета превышает расходную, называют **профицитом бюджета**. Обратную же ситуацию, когда расходы бюджета превышают доходы, называют **дефицитом бюджета**. Обе ситуации всегда выражаются в денежной форме. А бюджет, при котором доходная часть равна расходной, называют **сбалансированным бюджетом**.

Задание

Выбери интересный для тебя бизнес, проанализируй его доходы и расходы, составь бюджет выбранной компании. Полученные данные вноси в таблицу.

№	Поступления бюджета (доходы)	Сумма
1		
2		
3		
		Итого
№	Выбытие бюджета (расходы)	Сумма
1		
2		
3		
		Итого
	Профицит/дефицит бюджета	

Дискуссия

Что происходит с бизнесом, который не может вывести бюджет компании из состояния дефицита?

Несмотря на то, что любой бюджет составляется по одной и той же структуре, область его применения не ограничивается на бизнесе.

Например:

- Государственный бюджет – поступления состоят из налогов и других платежей в бюджет, а выбытие из расходов на содержание государства.
- Семейный бюджет – поступления состоят из доходов всех членов семья, а выбытие из семейных трат.
- Бюджет мероприятия – источники поступления, выбытие цели мероприятия.
- и другие.

Дискуссия

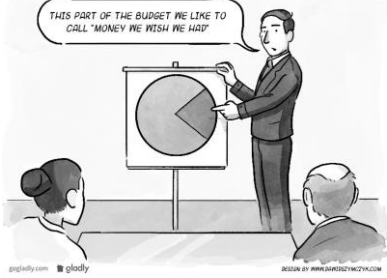
Как ты понимаешь термин оптимизация бюджета, в чем его принципиальное отличие от сокращения расходов?


ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Выбери предпринимателей из своего окружения и проведи интервью на тему «Способы оптимизации бюджета». Результаты опроса оформи в виде презентации.

Рефлексия

1. Как на предпринимателя влияет навык составления бюджета при расставлении приоритетов в выполнении задач?
2. Чем может быть опасен для предпринимателя профицит бюджета его компании?
3. Чем отличается точка безубыточности от сбалансированного бюджета?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	Нарисовать рисунок как на примере. Надпись «После анализа наших трат, мы пришли к выводу, что только это количество средств используются эффективно».	

	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p> <p>Надпись</p> <p style="text-align: center;">БЮДЖЕТ</p> <p>- Трать меньше - Зарабатывай больше</p> <p>«меня пугает наш новый финансовый директор»</p>	 <p>© Mike Baldwin / Comed CS156378</p> <p>"I liked it better when you used gobbledygook."</p>
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p> <p>Надпись. Я не понимаю почему после сокращения расходов мы не плывем быстрее?</p>	 <p>I don't understand, after so many budget cuts, why don't we move faster?</p>

Тема «ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА»

Ты узнаешь:

- зачем компании разрабатывают ценовую политику;
- какие цели преследует ценовая политика;
- какие рынки называют эластичными, а какие нет;
- что такое ценовой квадрант.

Ты научишься:

- определять этап развития компании по ее ценовой политике;
- составлять ценовой квадрант для разных сфер бизнеса.

Ключевые слова: ценовая политика, маркетинговая ценовая политика (проникновение, захват и удержание рынка), ценовой квадрант.

Проблемный вопрос. Как ты думаешь, по какому принципу предприниматель определяет цену продажи своего товара или услуги?

Зрелые компании хорошо понимают, цена является самым главным экономическим показателем бизнеса. Именно она отвечает за успешность

компания так как только в ней заложены все расходы и доходы компании: выплата заработной платы сотрудникам, перечисления в бюджет государства в виде налогов, погашение банковских займов и выплата дивидендов собственникам бизнеса.

Поэтому если ошибиться в расчетах и установить чрезмерно низкую цену, то товар или услуга будут распроданы, но при этом компания не получит достаточной прибыли. В обратном же случае, высокая цена отпугнет всех покупателей и товар не будет полностью реализован, это также приведет компанию к недостаточной прибыли.

Решением данной ситуации в бизнесе является разработанная **ценовая политика** – комплекс мер и методик определения цены на собственную продукцию с учетом предложений на рынке другими компаниями, окупаемости вложенных средств в бизнес, получения максимальной выгоды и выбранной маркетинговой стратегии.

Как правило, ценовая политика определяется величиной спроса на продукты и услуги, ценами конкурентов на товары-аналоги, структурой издержек при создании и продвижении продукта и т.д. Ценовая политика предприятия соответствует микроуровню ее разработки и реализации.

Дискуссия

Как спрос и предложение на рынке влияют на цену продукции?

Запомни!

Когда собственник бизнеса говорит своим сотрудникам, что заработную плату платит покупатель, он имеет в виду, что самым эффективным способом повышения оклада является увеличение объемов продаж, так как заработок сотрудников и учредителя компании заложен в цену.

Ценовая политика с точки зрения маркетинга:

- **Проникновение на рынок** – данной стратегии пользуются молодые компании, которые только пришли на рынок и хотят занять в нем свое место. Чаще всего в данной ситуации компании выбирают стратегию низких цен, что позволяет им привлечь внимание к своей продукции и переманить клиентов у конкурентов.

- **Захват рынка** – после проникновения на рынок компания обладает небольшой аудиторией с определенным уровнем клиентской лояльности и узнаваемым брендом. Эти два условия позволяют компании

постепенно повышать цену в целях наращивания доходности и увеличения доли рынка.

- **Удержание рынка** – данная стратегия применяется только для лидеров рынка, целью которых является не наращивание доли рынка и уровня прибыли, а сохранение уровня доходности и обеспечения сбыта.

Задание

Проведи исследование в рамках изучения ценовой политики различных компаний, находящихся на разных этапах развития, определи их стратегию ценообразования. Полученные данные внеси в таблицу.

	Компании, которые используют стратегию проникновения на рынок	Компании, которые используют стратегию захвата рынка	Компании, которые используют стратегию удержания рынка
1			
2			
3			
4			
5			

Выскажи мнение

Все ли бизнесы разрабатывают ценовую политику опираясь на данные этапы экономического развития компании? Существуют ли примеры компаний или продуктов, ставших лидерами в своей нише, перескочивших этап проникновения или захвата рынка?

Эксперты делят потребителей на четыре основные категории, исходя из ценового диапазона продукции, которую они покупают. Вместе эти категории формируют **ценовой квадрант**.

Категория Люкс – данная категория представляет самую богатую часть населения. Эти люди не смотрят на цену приобретаемой продукции, их главным приоритетом является наивысшее качество и эксклюзивность товаров, которые подчеркивают их статус и несут особые привилегии. Компании, работающие в этом сегменте, не стремятся к массовым продажам, выставляя самые высокие ценники на рынке. Примеры таких компаний: Rolls-Royce, Zegna, Patek Philippe, рестораны со звездами Мишлен.

Категория Премиум – данная категория представляет богатую часть населения. Эти люди готовы платить за высокое качество приобретаемой продукции, также стремиться к статусу и привилегиям, но их состояние не позволяет им полностью игнорировать цену. Компании, работающие в этом сегменте, стремятся к массовым продажам, поэтому при выставлении цен ориентируются на финансовые возможности своей целевой аудитории. Примеры таких компаний: Lexus, Gucci, Zenith, дорогие рестораны.

Категория Комфорт – данная категория представляет средний класс населения. Эти люди при покупке продукции не готовы переплачивать за статус и привилегии, их основной приоритет – это практичность и удобство. Компании, работающие в этом сегменте, стремятся к самым массовым продажам так как их целевая аудитория составляет наибольший процент от общего числа населения. Их ценовая политика основывается на соразмерности цены и качества покупаемых товаров. Примеры таких компаний: Toyota, Massimo Dutti, Swatch, McDonald's.

Категория Эконом – данная категория представляет людей из менее финансово обеспеченного класса населения. У этих людей основной мотивацией при выборе продукции зачастую является нужда и ограниченность средств. Компании, работающие в этом сегменте, стремятся к массовым продажам, выставляя самые доступные цены на свои товары. Качество продукции при такой ценовой политике не может быть высоким. Примеры таких компаний: Daewoo, LC Waikiki, Airbnb, фаст-фуд и общественные столовые.

Это интересно!

Процентное соотношение категорий потребителей напрямую зависит от состояния экономики страны. При ухудшении экономики, часть представителей **премиума** переходят в **комфорт**, соответственно часть представителей **комфорта** переходят в категорию **эконом**. При экономическом росте происходит обратная миграция. Однако, вне зависимости от изменений в состоянии экономики страны доля категории **люкс** остается постоянной.

Дискуссия

Какая категория по твоему мнению самая прибыльная?



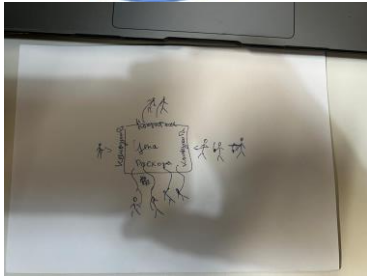
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Выбери интересующую тебя сферу бизнеса (автомобильный бизнес, ресторанный бизнес и другое) и изучи ее ценовой квадрант. Узнай приблизительное количество сделок, объем продаж и чистую прибыль для

нескольких компаний из каждой категории квадранта. Оформи результаты исследования в виде презентации.

Рефлексия

1. Принято считать, что цена зависит от спроса и предложения на рынке, но может ли быть, что наоборот цена влияет на них?
2. Все ли компании точно осознаю свою целевую аудиторию и свое место в ценовом квадранте?

Рисунок, фотография или реалія	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p> <p>Текст на табличке: Лимонад 100 долларов за один стакан.</p> <p>Девочка с грустным и разочарованным лицом.</p> <p>Мальчик отвечает: понимаю, но зато нам нужно продать всего лишь один стакан!</p>	 <p>"YEAH, BUT ALL WE HAVE TO SELL IS ONE GLASS!"</p>
	<p>Нарисовать рисунок по схеме как на примере:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) по середине "ЦЕНА" 2) сверху "ПОКУПАТЕЛИ" люди вытягивают арканами цену вверх. 3) снизу "РАСХОДЫ" люди веревками тянут цену вниз или висят на них. 4) по бокам "КОНКУРЕНТЫ" враждебные офисные 	 

	<p>сотрудники нападают на цену с вилами и факелами.</p>									
	<p>Нарисовать таблицу 2x2, подписать сверху ценовой квадрант, совместив информацию с обоих примеров в одну таблицу.</p> <p style="text-align: center;">Люкс</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус • Престиж • Причастность • Привилегии <p style="text-align: center;">НАИВЫСШАЯ ЦЕНА – ЛУЧШЕЕ КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center;">клиенты – от 3% до 5% населения.</p> <p style="text-align: center;">Премиум</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус • Престиж <p style="text-align: center;">ВЫСОКАЯ ЦЕНА – ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center;">клиенты – от 10% до 15% населения</p> <p style="text-align: center;">Комфорт</p> <ul style="list-style-type: none"> • Практичность • Удобство • Отсутствие переплаты <p style="text-align: center;">СПРАВЕДЛИВАЯ ЦЕНА – ХОРОШЕЕ КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center;">клиенты – от 40% до 80% населения.</p> <p style="text-align: center;">Эконом</p> <ul style="list-style-type: none"> • Доступность • Ограниченность 	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЛЮКС</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус, • Престиж, • Причастность, • Привилегии, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА НЕ ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЦЕНА – КАЧЕСТВО</p> <ul style="list-style-type: none"> • Хорошее качество, • Практичность, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ, КАЧЕСТВО ТОЖЕ</p> </td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">КОМФОРТ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус, • Престиж, • Причастность, • Привилегии, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">НИЗКАЯ ЦЕНА – НИЗКОЕ КАЧЕСТВО</p> <ul style="list-style-type: none"> • Плохое качество, • Бедность, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ, КАЧЕСТВО НЕТ</p> </td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЛЮКС</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 3% – 5% РЫНКА</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЦЕНА – КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 40% – 80% РЫНКА</p> </td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">КОМФОРТ</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 10% – 15% РЫНКА</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">НИЗКАЯ ЦЕНА – НИЗКОЕ КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 15% – 30% РЫНКА</p> </td> </tr> </table>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЛЮКС</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус, • Престиж, • Причастность, • Привилегии, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА НЕ ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЦЕНА – КАЧЕСТВО</p> <ul style="list-style-type: none"> • Хорошее качество, • Практичность, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ, КАЧЕСТВО ТОЖЕ</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">КОМФОРТ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус, • Престиж, • Причастность, • Привилегии, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">НИЗКАЯ ЦЕНА – НИЗКОЕ КАЧЕСТВО</p> <ul style="list-style-type: none"> • Плохое качество, • Бедность, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ, КАЧЕСТВО НЕТ</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЛЮКС</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 3% – 5% РЫНКА</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЦЕНА – КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 40% – 80% РЫНКА</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">КОМФОРТ</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 10% – 15% РЫНКА</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">НИЗКАЯ ЦЕНА – НИЗКОЕ КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 15% – 30% РЫНКА</p>
<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЛЮКС</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус, • Престиж, • Причастность, • Привилегии, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА НЕ ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЦЕНА – КАЧЕСТВО</p> <ul style="list-style-type: none"> • Хорошее качество, • Практичность, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ, КАЧЕСТВО ТОЖЕ</p>									
<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">КОМФОРТ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Статус, • Престиж, • Причастность, • Привилегии, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">НИЗКАЯ ЦЕНА – НИЗКОЕ КАЧЕСТВО</p> <ul style="list-style-type: none"> • Плохое качество, • Бедность, <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">ЦЕНА ИММЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ, КАЧЕСТВО НЕТ</p>									
<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЛЮКС</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 3% – 5% РЫНКА</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">ЦЕНА – КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 40% – 80% РЫНКА</p>									
<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">КОМФОРТ</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 10% – 15% РЫНКА</p>	<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">НИЗКАЯ ЦЕНА – НИЗКОЕ КАЧЕСТВО</p> <p style="text-align: center; color: green; font-weight: bold;">от 15% – 30% РЫНКА</p>									

	НИЗКАЯ ЦЕНА – НИЗКОЕ КАЧЕСТВО клиенты – от 15% до 30-% населения	
--	---	--

Тема «УПРАВЛЕНИЕ РАСХОДАМИ»

Ты узнаешь:

- что называют управлением расходами;
- из каких этапов состоит бизнес-цикл;
- как компании находят инструменты улучшения планирования расходов.

Ты научишься:

- выявлять необходимые навыки для эффективного управления;
- определять длительность бизнес-цикла.

Ключевые слова: управление расходами компаниями, бизнес-цикл, объективные и субъективные причины отклонений.

Проблемный вопрос. Как можно выполнить просьбу: «иди туда не знаю куда, принеси то, не знаю что»?

Бизнес состоит из огромного числа бизнес-процессов, часть из них взаимосвязаны друг с другом, а часть нет. Молодые предприниматели хватаются за все сразу, и самое главное, они пытаются выполнить все задачи самостоятельно. Такое происходит из-за отсутствия навыков делегирования задачи и управления процессами. Чтобы понять, что включает в себя такое понятие как «управление», можно разобрать несколько примеров управления и определить, что между ними общее:

- **управление автомобилем** – способность контролировать транспортное средство с помощью различных инструментов, таких как руль, коробка передач, педали газа и тормоза. Также для полноценного вождения необходимо уметь строить маршрут из точки А в точку Б и знать правила дорожного движения, чтобы подчиняться им.
- **управление коллективом** – важное качество руководителя, заключающееся в умении распознавать сильные стороны, таланты и

трудоустрой опыт своих сотрудников, чтобы грамотно распределить обязанности между ними, в целях максимально эффективного достижения запланированных целей фирмы.

- **управление страной** – обязанность органов действующей власти государства и их должностных лиц по выполнению ранее составленного плана, цель которого благосостояние общества и укрепление государства.

- **управление расходами компании** – умение эффективно распределять и контролировать использование имеющихся ограниченных финансовых ресурсов таким образом, чтобы компания получила гарантированно прибыль через достижение всех целей и задач фирмы.

Выскажи мнение

Какие общие атрибуты имеют данные примеры управления? Можно ли эффективно управлять любым процессом, если не отслеживать достигнутые результаты и не фиксировать обратную связь?

Запомни!

Мы улучшаем только то, что контролируем, а контролируем только то, что измеряем!

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

Представь, что ты предприниматель, придумай бизнес, распредели задачи между своими сотрудниками. Используй таблицу, а результат представь перед классом.

№	КТО	ЧТО	КОГДА	ЗАЧЕМ
1				
2				
3				
4				
5				

Расходы являются неотъемлемой частью бизнеса на протяжении всей его жизни. И так как компании неизбежно тратят имеющиеся средства на регулярной основе, им необходимо отслеживать и управлять своими расходами также регулярно. Это формирует цикл управления расходами, состоящий из четырех этапов:

- **Планирование** – на этом этапе компания должна сформулировать свои цели в рамках этого цикла, определить объем имеющихся ресурсов и запланировать их дальнейшее распределение.

- **Исполнение** – это этап фактической траты средств в целях выполнения поставленных задач. В этот период компания производит закуп нового оборудования, приобретает сырье и материалы, выплачивает средства сотрудникам и партнерам, оплачивает налоги.

- **Выявление отклонений** – на данном этапе собираются отчеты по проделанной работе, определяется фактическое использование денежных средств и фиксируются отклонения от плана. Также компания должна оценить степень достижения поставленных целей.

- **Работ с отклонениями** – во время этого этапа компания проводит аналитическую работу по выявленным и зафиксированным отклонениям, а также находят причины произошедших отклонений. Существует два вида отклонений: объективные и субъективные. **Объективные причины** – это произошедшие события, которые нельзя было предсказать или повлиять на них. **Субъективные причины** – это неверное планирование или плохое исполнение. Самая главная задача данного этапа, составить новый план с учетом проделанной работы над ошибками.

Это интересно!

Каждая компания сама определяет свой **бизнес-цикл** в зависимости от своей сферы деятельности особенностей региона. Например, аграрии северных регионов, которые занимаются выращиванием зерновых культур циклом будет один календарный год, в то время, когда на юге аграрный бизнес-цикл может составлять три месяца.

Задание

Выбери несколько компаний и определи их бизнес-циклы. Полученные результаты внеси в таблицу.

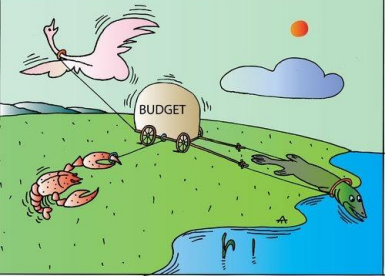

№	Наименование компании	Вид деятельности	Длительность цикла
1			
2			
3			

Дискуссия

Можно ли считать компанию эффективной, если на этапе выявления отклонений, оказалось, что план выполнен идеально? Как в таком случае компания может улучшить свой план на следующий цикл?

Рефлексия

1. Как изменилось твое понимание такого процесса как «управление»?
2. К чему приведет компанию управление ее расходами без предварительного планирования?
3. Нужно ли уметь подчиняться, чтобы эффективно управлять другими людьми?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок как на примере. Надпись «Бюджет компании».</p> <p>(лебедь, рак и щука) сохранить отсылку к басне.</p>	
	<p>Нарисовать инфографику как на примере.</p> <p>Надпись в центре: Цикл управления расходами.</p> <p>Красный сектор – планирование:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цели и задачи бизнеса; • Бюджетирование; • Распределение средств; <p>Желтый сектор – исполнение:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выполнение задач; • Достижение целей; • Трата средств; <p>Синий сектор – выявление отклонений:</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> • Сверка выполненных и не выполненных задач; • Сверка достижение и не достижения целей; • Другие отклонения. <p>Зелёный сектор – работа с отклонениями:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация; • Поиск ответственных; • Коррекция плана. 	
--	--	--

Тема «ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ И ДИВИДЕНДЫ»

Ты узнаешь:

- как рассчитывается валовая прибыль в бизнесе;
- что называют операционной прибылью;
- формулу исчисления чистой прибыли;
- когда бизнес выплачивает дивиденды.

Ты научишься:

- различать виды прибыли;
- высчитывать рентабельность валовой прибыли и операционную маржу;
- рассчитывать сумму валовой, операционной и чистой прибыли.

Ключевые слова: валовая прибыль, операционная прибыль, чистая прибыль, дивиденды.

Проблемный вопрос. Какие финансовые показатели ты знаешь с помощью которых можно определить успешность любого бизнеса?

Важным показателем финансовой устойчивости является объем продаваемой продукции. Большинство предпринимателей заикливаются именно на этом показателе в то время, как более информативной при оценке успешности компании величиной является **валовая прибыль** – разница между суммой общих продаж и себестоимостью продукции.

Принято считать, что расчет валовой прибыли более подробно раскрывает информацию при необходимости оценить расход **используемых ресурсов** – количество средств, затраченных на производство продукта. Также валовая прибыль раскрывает себя как крайне полезный инструмент во время расчета **окупаемости продукта** – возможность возместить затраченные средства.

Дискуссия

Как может повлиять на управленческие решения предпринимателя информация об сумме используемых финансовых ресурсов и периоде окупаемости? Можно ли успешно управлять бизнесом не рассчитывая сумму валовой прибыли?

Это интересно!

Формула расчета рентабельности валовой прибыли

$$\text{Рентабельность валовой прибыли} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка}} \times 100\%$$

Доходами компании считается любая прибыль, которую генерирует бизнес, в большинстве случаев бывает несколько источников таких доходов. Поэтому принято выделять доходы основной деятельности от доходов из второстепенных источников. Для этого специалисты рекомендуют рассчитывать **операционную прибыль** – поступающая прибыль в компанию от основной деятельности за минусом управленческих расходов и реализационных затрат.

Принято считать, что доходы от основной деятельности приносят наибольшую прибыль в компанию, но зачастую происходят ситуации, когда выручка от доходов от неосновной деятельности превышает выручку от основной деятельности. В такой ситуации начинающий предприниматель может совершить ошибку и перенести свой фокус внимания на второстепенную деятельность. В долгосрочной перспективе такое стремление к быстрой прибыли может привести компанию к неопределенности и нереализованности изначально запланированных целей.

Выскажи мнение

Нужно ли предпринимателю менять основной виде деятельности, если преобладающим источником его выручки является второстепенная деятельность?

Это интересно!

Формула расчета операционной маржи

$$\text{Операционная маржа} = \frac{\text{Операционная прибыль}}{\text{Выручка}} * 100\%$$

Задание

Проведи исследование, опроси предпринимателей в своем окружении и выясни, какие управленческие решения они принимают на основе показателей валовой и операционной прибыли. Результаты исследования оформи в виде презентации.

Главным показателем окончательного финансового результата компании за определенный период времени является **чистая прибыль**, которая представляет из себя все доходы за вычетом расходов и налогов, то есть демонстрирует сколько компания заработала. Далее этот параметр напрямую влияет на дальнейшее планирование развития бизнеса (перспективы) и размер **дивидендов** – сумма средств из чистой прибыли, распределяемая между собственниками бизнеса. Выплаты дивидендов прямо пропорциональны размеру владимой собственником доли.

Задание

Из результатов исследования (прошлого задания) внеси финансовые данные бизнеса в таблицу. Используй формулы и подсчитай чистую прибыль исследуемой компании за один месяц.

	Наименование	Формула	Сумма
A	Доходы от основной деятельности		
B	Себестоимость продукции		
C	ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	$C = A - B$	
D	Управленческие расходы		
E	Расходы на доставку реализацию продукции		
F	ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	$F = C - D - E$	

G	Доходы от неосновной деятельности		
H	Расходы от неосновной деятельности		
I	ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	$I = F + G - H$	
K	Налоги		
L	ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	$L = I - K$	


Выскажи мнение

Почему в миссиях многих успешных компаний указано «служение обществу», в то время как «чистая прибыль» их целью не является?

Рефлексия

1. На сколько обоснованно по твоему мнению обязательное деление доходов от основной и неосновной деятельности?
2. Если исключить все финансовые показатели бизнеса, то как можно определить успешность компании?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать инфографику</p> <p>Центральная надпись: Что может влиять на валовую прибыль.</p> <p>Внутренние факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основные качества продукта • Общая выручка от продаж • Конкурентные 	

	<p>преимущества продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> • Маркетинговые расходы • Расходы на доставку • Объем выпуска продукции <p>Внешние факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Курс валют • Налоги • Спрос на рынке • Новые игроки на рынке • Экономическая ситуация в стране и мире • Природные факторы и форс-мажоры 	
	<p>Нарисовать три матрешки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выручка от продаж 2. Валовая прибыль 3. Чистая прибыль 	

ЗАКЛЮЧЕНИЕ К РАЗДЕЛУ

Теперь ты знаешь:

- что называют финансовой моделью;
- когда составляют финансовую модель;
- какие решения принимают, основываясь на финансовой модели;
- как составляется бюджет;

- из каких частей состоит бюджет;
- как появляется дефицит и профицит бюджета;
- зачем компании разрабатывают ценовую политику;
- какие цели преследует ценовая политика;
- какие рынки называют эластичными, а какие нет;
- что такое ценовой квадрант;
- что называют управлением расходами;
- из каких этапов состоит бизнес-цикл;
- как компании находят инструменты улучшения планирования расходов;
- как рассчитывается валовая прибыль в бизнесе;
- что называют операционной прибылью;
- формулу исчисления чистой прибыли;
- когда бизнес выплачивает дивиденды.

Теперь ты умеешь:

- оставлять базовую финансовую модель;
- выявлять постоянные расходы;
- составлять бюджет;
- определять степень эффективности запланированного расхода;
- оптимизировать бюджет;
- определять этап развития компании по ее ценовой политике;
- составлять ценовой квадрант для разных сфер бизнеса;
- выявлять необходимые навыки для эффективного управления;
- определять длительность бизнес-цикла;
- различать виды прибыли;
- высчитывать рентабельность валовой прибыли и операционную маржу;
- рассчитывать сумму валовой, операционной и чистой прибыли.

РАЗДЕЛ 3 СОДЕРЖАНИЕ, ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ЮНИТУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» В 11 КЛАССЕ

3.1 ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

На уроках данного раздела старшеклассники познакомятся с предпринимательством и его базовыми принципами, а также научатся отличать бизнес по его виду предпринимательской деятельности, откроют для себя фундаментальные механизмы функционирования рынка и будут знать по какому принципу происходит ценообразование какого-либо продукта.

Педагогу необходимо разъяснить обучающимся, почему так важно рыночное равновесие, как оно достигается и как избежать излишка либо дефицита товара. В процессе ознакомления с материалами раздела ученики узнают множество новых терминов и концепций, таких как бизнес-риски, себестоимость, рыночный спрос и предложение, бизнес-процесс и бизнес-технологии, а также получают информацию о том какие навыки выделяют успешных предпринимателей на фоне всех остальных, и почему без них успех бизнесмена невозможен.

Тема «ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Ты узнаешь:

- что такое предпринимательство;
- кого принято называть предпринимателем;
- история одного успешного предпринимателя.

Ты научишься:

- определять кто такой предприниматель;
- классифицировать предпринимателей по сфере деятельности;
- оформлять и презентовать бизнес-идею.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательство, прибыль, риск, сфера предпринимательской деятельности: производственные, коммерческие, финансовые, страховая деятельность.

Проблемный вопрос: Кого вы считаете предпринимателем? Какими качествами должен обладать успешный предприниматель? Каких успешных казахстанских предпринимателей ты можешь назвать?

Дискуссия

Как думаешь, что является самым важным в реализации бизнес-идеи?

Человек, который может добровольно брать на себя весь риск, связанный с реализацией идей, по созданию чего-то нового или улучшению уже существующего называется – **предпринимателем**. Деятельность (**предпринимательство**), связанная с продажей **товаров** и оказанием **услуг** целью которого является получение регулярной **прибыли** – положительная разница между ценой продажи и суммой вложенных средств.

Запомни!

Любая предпринимательская деятельность сопровождается с **риском** – вероятностью потери некоторой части или полного объема вложенных в дело средств. Поэтому предприниматель должен брать ответственность на себя за любой результат (положительный, отрицательный).

Задание

Приведите примеры из собственной жизни и жизненных ситуаций, когда ты брал ответственность за положительный или отрицательный результат своей деятельности или командной работы.

Это интересно!

У победы множество родителей, а поражение всегда сирота.

Выскажи мнение

Как ты понимаешь данное высказывание? Почему предприниматель должен «делиться» победой со своей командой? Должно ли поражение оставаться «сиротой» или предприниматель должен брать ответственность на себя?

Выскажи мнение

Как ты думаешь, какая существенная разница между новатором и инноватором?

Новатором называют человека, который открыл что-то новое или привнес новую идею в какой-либо области. В то время как **инноватор**, это человек, который использует новшество для получения коммерческой выгоды. В первом случае заработок не является приоритетом, а во втором прибыль – основной мотиватор. Поэтому новатор ближе по значению к изобретателю, когда инноватор ближе к предпринимателю.

КЕЙС

Одним из ярких примеров упорства, ответственности и риска в предпринимательстве является Уолт Дисней, который основал одну из самых крупных компаний в сфере развлечений.

В 1919 году Дисней работает художником кинорекламы пробует запустить несколько мультипликационных проектов из студии, расположенной в гараже отца. Все это не приносит ему должного успеха, и Уолт становится банкротом. Но вместо того, чтобы опустить руки Дисней продолжает упорно работать и генерировать новые идеи. Одним из его проектов становится создание парка аттракционов.

Во время поиска инвестиций Уолтер получил отказ 302 раза. После каждого отказа Дисней находил новые возможности для улучшения своей презентации. Что дало возможность добиться положительного результата в 303 раз. Такой настойчивости и упорству остается только позавидовать.

В итоге Парк Диснейлэнд открылся в 1955 году, который через полгода посетили более одного миллиона человек. На сегодняшний день стоимость «The Walt Disney Company» составляет не менее 160 млрд долларов США.

Наша жизнь невероятно многообразна, соответственно человеческие потребности тоже очень различны. В связи с этим существует множество сфер для предпринимательской деятельности: производство, сельское хозяйство, строительство, коммерческая, финансовая и страховая деятельность.

Производство

Если сформулировать простыми словами, то производство создает и выставляет на рынок различные продукты. Оно встречается в множестве абсолютно разных областей. Пока одни производители занимаются добычей природного сырья, следующие берут на себя его обработку, а последние уже изготавливают из подготовленных материалов предметы ежедневного пользования.

Сельское хозяйство

Направление экономики, целью которой является снабжение людей продуктами питания. Также сельское хозяйство отвечает за добычу сырья, необходимого в множестве других видов промышленности. Эта отрасль входит в список ключевых и основных отраслей, поэтому ее представителей можно найти в каждом регионе страны.

Строительство

Строительной деятельностью считается, в первую очередь, любое исполнение строительных работ. В их список входят: само сооружение объектов, монтаж и демонтаж различного оборудования, обустройство запланированной под застройку территории и другие строительные-отделочные процедуры.

Коммерческая деятельность

Торговой деятельностью принято называть покупку различных продуктов (именуемых в торговле “**товарами**”), для последующей перепродажи. В основном, торговец выступает в данном случае посредником, связывающим покупателя и производителя, а иногда даже и другого торговца. Переработка товаров не является обязанностью торговца. Однако он берет на себя хранение, перевозку, оформление, распределение, а иногда даже и разделение и смешивание товаров.

Финансовая деятельность

Деятельность, результатом которой являются обеспечение деньгами предпринимателей путем одалживания им средств. Классическим примером финансовой деятельности, является банковский кредит.

Страховая деятельность

Деятельность, при которой предприниматель берет у клиента денежный взнос, а в ответ обязуется выплатить финансовую компенсацию при порче или даже потере имущества по причине несчастного случая или природного катаклизма. Помимо имущества, клиенты страховых компаний также могут застраховать свое здоровье или своих близких.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА

Приведите примеры компаний, функционирующих в вашем городе (поселке) по следующим направлениям предпринимательской деятельности:

- производственная;
- сельскохозяйственная;
- строительная;
- коммерческая;
- финансовая;
- страховая деятельность.

Заполни таблицу:

Сфера предпринимательской деятельности	Наименование компании	Основные функции предпринимателя
Производственное		
Сельскохозяйственное		
Строительное		
Коммерческое		
Финансовое		
Страховая деятельность		

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА


Разделитесь на несколько команд. Каждая команда выступает как предприниматель, а затем как инвестор и наоборот.






- Когда команда выступает как предприниматель, она должна презентовать свой проект. Задача донести до инвесторов уникальность и выгодность проекта. А также учитывается визуальное оформление презентации и навыки публичного выступления.
- В это время задача инвесторов оценить уникальность и выгодность каждого проекта по 10 баллам.

Побеждает команда, набравшая наибольшее количество баллов.

Рефлексия

1. Какая информация из данного занятия была для тебя незнакома?
2. Какие сферы предпринимательской деятельности преобладают в твоём регионе?
3. Какую из ролей в исследовательской работе (предприниматель, инвестор) ты считаешь важнее?

Рисунок, фотография или реалия	Описание иллюстрации	Примеры
Инфографика	Нарисовать инфорграфику похожую на пример, сохранив количество деталей (графики, идеи, различные предметы), но нужно выделить одного человека, чтобы подчеркнуть идею собственных возможностей, что предприниматель не часть большого механизма, где всё зависит от всех, а он сам в состоянии создавать что-то новое.	

	<p>Ключевые моменты: идея, встречи, презентация, бизнес-процесс, результат.</p>	
	<p>Нарисовать два рисунка.</p> <p>В первом рисунке (как на примере) все причастны к победе, желательно, что бы все участники вместе поднимали кубок.</p> <p>На втором рисунке предприниматель остается один на один с «провалом», и все тычут в него пальцем.</p> <p>ПЕРСОНАЖ (БИЗНЕСМЕН) И В ПЕРВОМ РИСУНКЕ И ВО ВТОРОМ ОДИН И ТОТ ЖЕ.</p>	 
<p>Рисунок</p>	<p>Нарисовать персонажей из Уолт Диснея</p>	  

Тема «МЕХАНИЗМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА»

Цели урока:

Ты узнаешь:

- что называют рыночным механизмом;
- из чего состоит механизм рынка;
- кого называют производителем (товаров и услуг);
- кто такие потребители (товаров и услуг).

Ты научишься:

- объяснять, чем отличается производитель от потребителя;
- определять звенья, задействованные в создании и продаже товаров или услуг;
- различать рыночное и централизованное (государством) ценообразование;
- выстраивать алгоритм расчета себестоимости;
- рассчитывать размер прибыли.

Ключевые слова: производители, потребители, цена, ценообразование, себестоимость.

Проблемный вопрос. Можно ли в современных условиях вести домашнее хозяйство и ни от кого не зависеть? То есть человек должен обеспечить себя и свою семью всем необходимым: едой, одеждой и бытовыми принадлежностями. Аргументируй свой ответ.

Процесс создания продукции (товар или услуга) называется **производством**. Компания или человек, которые занимаются производством, называются **производителями**. Человек или компания, которые покупают продукцию производителей для собственных нужд, называются **потребителями**. **Механизм функционирования рынка** основан на взаимодействии *производителей* и *потребителей*.

Дискуссия

Перечисли основные причины взаимодействия производителей и потребителей.

Запомни!

Основой любой сделки является **выгода**. Для производителя выгодой будет полученная **прибыль**. Для потребителя выгода, это отсутствие переплаты за полученные товары или услуги.

Задание

Перечисли места (это могут быть как физические, так и виртуальные) где люди могут выступать как продавцом, так и покупателем.

Ключевым моментом любой сделки, является **цена** – количество денег, в обмен на которые продавец готов продать единицу товара или услуги. Производитель, определяя цену продажи стремится к тому, чтобы она была выше, чем **себестоимость** – сумма расходов, которую он потратил на производство единицы товара или услуги.

Дискуссия

Как думаешь, какие расходы кондитер должен включить в себестоимость одного торта?

Формирование величины цены продажи товара или услуги, выраженной в определенной сумме денег, называется **ценообразованием**. Существует два основных вида ценообразования: **рыночное** основанное на *спросе* и *предложении* и **централизованное государственное** на основе назначения цен государственными органами.

Дискуссия

Назови товары и услуги, цены на которые устанавливает государство. Как ты считаешь, почему на одни товары и услуги цены регулируются государством, а на другие нет?

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

Рассчитай размер прибыли одного торта (в сумме и в процентах).

если:

- цена продажи равна – 8 000 тенге;
- расходы на сырье составляют – 3 000 тенге;
- расходы на электричество составляют – 500 тенге;
- заработная плата сотрудников – 2 000 тенге;
- маркетинговые расходы – 1 000 тенге.

Выскажи мнение

Какое количество звеньев задействовано в пошиве и продаже одного женского платья?

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Исследуй рынок. Выбери бизнес. Определи какие звенья были задействованы в создании и продаже продукта.

Производитель сырья	Дистрибьютор	Доставка	Производство	Продажа

Рефлексия

1. Какие новые понятия были для тебя уже знакомы?
2. Справедливо ли было бы если все цены на товары и услуги регулировало государство?
3. Какую главную цель преследует предприниматель при ценообразовании?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок, где молодой человек (17 – 18 лет) завтракает бутербродом. Он является вершиной цепочки. (отсчет цепочек исчисляется от вершины)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Магазин, который продал хлеб. 2. Пекарня, которая испекла этот хлеб. 3. Мукомольная мельница, которая продала муку. 4. Сельскохозяйственник, который вырастил пшеницу. 	 <p>КАК ЗАРАБАТЫВАЮТ БАНКИ? СХЕМА РАБОТЫ БАНКА</p> <p>РАЗВИТИЕ, КРЕДИТОВАНИЕ, АКЦИИ, СДЕЛКИ РЕПО, ВКЛАДЧИКАМ, ДЕПОЗИТ, ФОНДОВЫЙ РЫНОК, КАК МЕНАТЬ?, РЫНОК АКЦИЙ</p>
	<p>Нарисовать такой же рисунок. Текст сохранить, а рубли перевести в тенге по курсу 1:5.</p>	 <p>СТРУКТУРА РЕЗЕРВНОЙ ЦЕНЫ НА КОБАСУ ВЫСШЕГО СОРТА (1 КГ)</p> <p>ПЛАВА СЕБЕСТОИМОСТЬ: 232,6 Р</p> <p>= 394,9 Рубл</p> <p>42,47% 16,42% 0,89% 5,94% 0,22% 26,88%</p> <p>167,7 Р 64,86 Р 31,76 Р 23,46 Р 0,87 Р 104,15 Р</p>

ТЕМА «РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ»

Ты узнаешь:

- что такое спрос и предложение;
- как достигается рыночное равновесие;
- как рассчитывается объем спроса и предложения;
- от чего зависит цена спроса и предложения;
- в каких ситуациях возникает дефицит и излишек товаров.

Ты научишься:

- рассчитывать объем спроса и предложения;
- объяснять, как достигается рыночное равновесие;
- определять ситуации, когда возникает дефицит и излишек товаров.

Ключевые слова: спрос, предложение, рыночное равновесие, объем спроса, цена спроса, объем предложения, цена предложения, дефицит товара, излишек товара.

Проблемный вопрос. Какая из стратегий тебе кажется верной:

- продавать свой товар по самой низкой цене, чтобы реализовать максимальное количество единиц своей продукции;
- продавать свой товар по самой высокой цене, чтобы получать максимальную прибыль с каждой сделки.

Аргументируй свой ответ.

Намерение покупателей приобретать товары или услуги обеспеченное возможностью заплатить за него названную цену называется **спросом**. А готовность предоставить товары или услуги по данной цене, называется **предложением**.

Эксперты считают, что именно **спрос рождает предложение**. Но эти два понятия не всегда совпадают по объему и цене. Поэтому рынок стремится к равновесию. **Рыночным равновесием** называется ситуация на рынке, когда спрос и предложение равны по объему и цене между собой.

Выскажи мнение

Может ли рассчитывать продавец (товаров или услуг) на неограниченные объемы продаж?

Количество товаров или услуг, которое покупатели готовы приобрести по фиксированной цене в течении определенного периода времени называется **объемом спроса**. А наивысшая цена, по которой покупатель готов приобретать определенное количество товаров или услуг называется **ценой спроса**.

Задача

Рассчитай объем спроса на твердое и жидкое топливо, которое жители поселка используют за зимний сезон (5 месяцев).

Общее количество домов в поселке равно 150. 30% из них используют твердое топливо, средняя ежемесячная потребность одного такого дома составляет 0,5 тонны. 20% домов используют жидкое топливо, средняя ежемесячная потребность одного такого дома составляет 0,7 тонны. Оставшиеся дома в качестве основного источника отопления используют электричество.

Количество товаров или услуг, которое продавцы готовы предоставить покупателю по фиксированной цене в течение определенного периода времени называется **объемом предложения**. Наименьшая цена, по которой продавцы готовы продать определенное количество товаров или услуг называется **ценой предложения**. Эксперты сформулировали **закон предложения**, согласно которому между ценой и объемом предложения существует прямая зависимость.

Дискуссия

Спрогнозируй ситуацию, когда спрос превышает предложение и наоборот.

Ситуация, когда на рынке цена ниже равновесной (то есть объем спроса выше, чем объем предложения), то возникает **дефицит товара**. В противоположной ситуации, когда цены на рынке выше равновесной (то есть объем предложения выше, чем объем спроса), возникает **излишек товара**. Поэтому рынок стремится к равновесию, так обе ситуации создают негативный эффект как для покупателя, так и для продавца.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА



Исследуй рынок и найди ситуации:

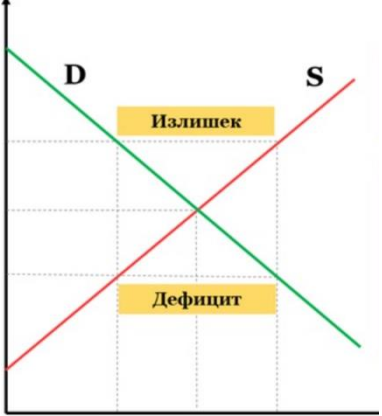
- спрос выше предложения;
- спрос ниже, чем предложения;
- спрос и предложение находятся в равновесии.

Оформи результаты исследования в презентации.

Рефлексия

1. Согласен ли с утверждением экспертов, что спрос рождает предложение?
2. Почему взрослые люди слово дефицит ассоциируют с очередями в магазинах?
3. Почему рыночное равновесие является лучшей ситуацией, чем дефицит или излишек?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	Нарисовать рисунок как на примере.	
	<p>Нарисовать три дома. Перед каждым из них стоит хозяин.</p> <p>Первый дом разгружает твердое топливо.</p> <p>Второй дом подключен к газовой трубе.</p> <p>Третий дом отапливается электричеством.</p>	
	Нарисовать график как на примере.	

	<p>Нарисовать рисунок может быть идентичным как предыдущий</p>	 <p>The graph shows a coordinate system with a downward-sloping demand curve (D) and an upward-sloping supply curve (S). The intersection point represents equilibrium. A horizontal dashed line above the equilibrium level is labeled 'Излишек' (Surplus), and a horizontal dashed line below it is labeled 'Дефицит' (Deficit). Vertical dashed lines connect these surplus and deficit levels to the supply and demand curves respectively.</p>
--	--	---

Тема «НАВЫКИ УСПЕШНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ»

Ты узнаешь:

- что называют бизнес-процессом;
- какими навыками обладает успешный предприниматель;
- как развивать необходимые навыки для успешного ведения бизнеса;
- почему для успешного бизнеса необходима команда единомышленников.

Ты научишься:

- выявлять необходимые навыки для любого бизнес-процесса;
- правильно относиться к трудностям и не удачам;
- планировать, исполнять, находить ошибки и исправлять их.

Ключевые слова: бизнес-процесс, управление деньгами, осознанность, ответственность, продуктивность, адаптивность, коммуникабельность, лидерство.

Проблемный вопрос. Ответь на следующие вопросы. Аргументируй свое мнение.

- Может ли обычный человек пробежать марафон (42 км 195 м) без подготовки?
- Можно ли победить в олимпиаде по математике, если усердно не заниматься ею?
- Можно ли испечь вкусный торт, если до этого никогда этим не занимался?

Каждый **бизнес-процесс** представляет из себя сложную совокупность связанных между собой мероприятий или работ, цель которых **создание**

определённого продукта или услуги для потребителей. Абсолютно каждый этап бизнес-процесса в какой-то степени связан с денежным потоком: *закуп сырья, выплата зарплаты сотрудникам, аренда помещения, ремонтные работы* и так далее. Поэтому первым навыком успешного предпринимателя стоит выделить **финансовую грамотность** - способность сохранять, планировать и приумножать заработанные деньги.

Дискуссия

Составляешь ли ты (хотя бы для себя) отчет по собственным расходам за прошлый период (неделя, месяц, год)? Если да, то какие выводы ты сделал? Если нет, то почему?

Запомни!

Планирование – это эффективное распределение ресурсов направленное на выполнение поставленных задач.

Исполнение – фактические действия совершенные в целях выполнения поставленных в процессе *планирования* задач.

Отклонения – это выявленные несовпадения, нарушения, отличия в процессе *исполнения*.

Работа над ошибками – действия направленные на анализ и исправление допущенных ошибок или отклонений в целях улучшения *планирования и исполнения*.

Для успешного ведения бизнеса необходима осознанность предпринимателя. **Осознанностью в бизнесе** считается рациональный подход в систематическом алгоритмическом видении своего дела. Нужно осознавать, что в бизнес-процессе все взаимосвязанно, соответственно у каждого решения есть последствия. В связи с этим предприниматель обязан помнить об этом и уметь нести **ответственность**.

Предпринимательство обычно занимает огромное количество времени, но время не менее ценный ресурс, которым нужно уметь эффективно пользоваться. Этот навык называется **продуктивностью**. Для этого успешные люди определяют свои наиболее продуктивные часы работы, соблюдают режим и совершают различные ритуалы (кто-то перед работой пьет кофе, кто-то приступает к работе после утренней прогулки или разминки) для повышения собственной производительности.

Бизнес часто встречается со сложными и непредвиденными ситуациями, которые возникают по разным причинам. Такими как природный катаклизмы (COVID-19), финансовые кризисы, изменения в налоговых и других законодательствах или просто изначально неверное планирование. Главной защитой успешного предпринимателя в данных

ситуациях является **адаптивность** (способность меняться и подстраиваться).

Выскажи мнение

Как ты думаешь, что является основной причиной бизнес неудач или **банкротств** (принудительная ликвидация компании в связи огромным количеством долгов).

Запомни!

Успешный бизнес – это умение видеть долгосрочные перспективы, а не заикливаться на текущих результатах.

Успешный человек – это сравнение себя с самим собой в прошлом, а не с другими.

КЕЙС

Ценность провалов!

Часто историю успешных людей описывают с момента их признания, но при этом упускают ту часть, где в прошлом герой совершает огромное количество собственных ошибок. Хотя на самом деле именно эта часть истории является самым важным элементом успеха.

Ярким примером такого пути, является Джоан Роулинг, в возрасте 15 лет рассеянным склерозом заболела ее мать, о которой Джо пришлось заботиться, будучи еще совсем ребенком, далее она не смогла поступить в Оксфордский Университет и ей пришлось учиться в Эксетерском учебном заведении. После окончания учебы она направилась в Лондон, но не смогла найти там себе место и была вынуждена вернуться в свой город. После неудачного брака, она осталась без жилья и работы с маленьким ребенком на руках. Однако ее это не сломало, а лишь придало мотивации достичь успеха.

Но даже написав первую часть «Гарри Поттера», она столкнулась с недоверием издательств. Роулинг получила 12 отказов подряд и лишь 13-ое издательство дало согласие на печать – дочь главы издателя случайно прочитала рукопись и потребовала у отца продолжения. За первую книгу Роулинг получила гонорар в размере 1 500 фунтов.

Сейчас состояние Джоан Роулинг оценивается в размере 650 млн долларов.

Выскажи мнение

Вспомни ситуации из собственного жизненного опыта, когда у тебя опускались руки. Какие выводы о временных трудностях ты можешь сделать после изученного материала? Поделись впечатлением.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Проведи исследование и составь собственные рейтинг успешных предпринимателей. Опиши их сильные стороны и оформи в презентации.

Задание

В течении одной минуты каждый ученик должен написать на листе бумаги максимальное количество имен успешных людей.

Далее пусть каждый ряд соберет получившиеся списки в один общий. Даже исключая повторения, новые списки, полученные в результате командной работы, будут в разы больше самого длинного списка написанного одним учеником.

Эксперты считают, что ключевым фактором успеха в предпринимательстве является **коммуникабельность** — умение находить общие интересы и темы для общения, отсутствие страхов при знакомстве с новыми людьми, способность презентовать себя и свои идеи.

Эссенциальным навыком для каждого успешного предпринимателя является **лидерство**. Как было сказано ранее бизнесмен берет на себя основную ответственность и риски, этим он снимает большую часть психологической нагрузки с команды. Без сильного лидера, способного справиться с любым стрессом, команда обречена на провал.


Запомни!

Постоянная коммуникация и **доверие** внутри команды – являются основой, на которой держится успех любого бизнеса.

Рефлексия

1. Какими навыками успешного предпринимателя ты уже обладаешь?
2. Какие навыки успешного предпринимателя тебе нужно приобрести?
3. Все ли люди обладают лидерскими качествами? И что делать тем, у кого их нет?

Рисунок, фотография или реалия	Описание иллюстрации	Примеры
	Нарисовать три рисунка:	

	<p>Первый рисунок, молодой человек не в спортивной форме (можно) в костюме с трудом бежит марафон. (возможно он упал даже после старта).</p> <p>Второй рисунок, молодая девушка сильно переживает или нервничает, потому что не может решить математическую задачу на олимпиаде.</p> <p>Третий рисунок, молодой человек в центре кухни стоит со сгоревшим тортом.</p>	
	<p>Нарисовать такую инфографику.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование 2. Исполнение 3. Отклонения 4. Работа над ошибками 	 <p>The diagram shows a circular flow of four business process stages: 'Моделирование' (Modeling) in green, 'Исполнение' (Execution) in red, 'Контроль' (Control) in yellow, and 'Мониторинг' (Monitoring) in blue. The center of the cycle is labeled 'Бизнес-процессы' (Business Processes).</p>
	<p>Нарисовать два рисунка.</p> <p>На первом изображен успешный предприниматель</p> <p>На втором бизнесмен банкрот.</p>	

Тема «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ»

Ты узнаешь:

- что в бизнесе называют технологическим трендом;
- какую роль играет и будет играть искусственный интеллект в современном бизнесе;
- зачем используют геймификацию в бизнесе.

Ты научишься:

- замечать и отслеживать новые технологические тренды, используемые в бизнесе;
- объяснять расширение функций онлайн платформ;
- рассуждать о влиянии на пользователей инструментов геймификации в бизнесе.

Ключевые слова: бизнес-технологии, технологический тренд, онлайн платформы, искусственный интеллект, геймификация в бизнесе.

Проблемный вопрос. Что объединяет эти рисунки? Что в них отличается и что стало причиной этих изменений?

Нынешний бизнес является зеркальным отражением современного мира. С каждым годом мир становится все более технологичным, это приводит к тому, что в компаниях все больше используют **бизнес-технологии** – новейшие инновационные технологические решения.

Успешный бизнес – это постоянный процесс изменения и внедрения *технологических трендов*. Компании, которые игнорируют данную формулу в ближайшей перспективе ждет поражение или даже банкротство.

Запомни!

Технологический тренд — это одновременно уходящая прошлая инновация, а также основа и фундамент для будущих инноваций.

Дискуссия

Какие нынешние технологические тренды в бизнесе ты знаешь?

Одним из технологических трендов, является наличие **онлайн-платформы** – веб-страница или страница в социальных сетях с необходимой актуальной информацией о товаре или услуге. На сегодняшний день компании, которые не используют онлайн-платформу не

вызывают доверия у покупателей и соответственно не выдерживают конкуренции на рынке.

Вместе с тем необходимо понимать, что самые технологически продвинутые компании выводят в онлайн не только знакомство со своим продуктом или услугой, но и в целом исключают необходимость физического присутствия или каких-либо дополнительных действий от клиентов.

Успешными кейсами в применении данной стратегии, являются:

- доставка еды, вызов такси, покупка авиа или жд билетов, используя мобильные приложения;
- некоторые банковские услуги, например открытие счета или выпуск банковской карты не требуют от клиента посещение филиала выбранного банка;
- медицинская консультация без физического присутствия пациента в медучреждении;
- оплата через ApplePay или похожие сервисы многих услуг, физически не используя наличные деньги или банковскую карту.

Дискуссия

Вспомни свои последние десять покупок, какое количество оплаты ты совершил используя наличные средства?

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Заполни таблицу, отражающую технологические изменения бизнес-процессов в различных сферах предпринимательства.

БЫЛО	СТАЛО
Пример	
<i>Ловля такси на улице или вызов такси через телефонный звонок.</i>	<i>Двумя кликами в мобильном приложении.</i>

Одной из важнейших задач предпринимателя, является постоянное снижение себестоимости своей продукции без потери качества. Именно этот фактор толкает многих использовать в различных бизнес-процессах **искусственный интеллект** – свойство систем и программ выполнять функции, которые традиционно выполняются человеком.

Успешное применение искусственного интеллекта в бизнесе:

- рекомендации фильмов, книг, музыки и других услуг (продуктов) на основе алгоритмов, построенных искусственным интеллектом;
- консультации операторов колл-центра;
- аналитика данных бизнес-процессов и построение стратегий возможных сценариев развития ситуации или бизнеса.

Выскажи мнение

Часто ли ты встречаешь в обычной жизни применение технологии искусственного интеллекта?

Дискуссия

- Самый большой спор двадцать первого века, это возможная угроза, исходящая от искусственного интеллекта. Разделяешь ли ты это мнение?
- Может ли искусственный интеллект полностью заменить человека?

Аргументируй свою позицию.

Экономика в первую очередь, это взаимодействие человека с человеком и каждое новое поколение приносит свой характер взаимоотношений в том числе и в бизнес. Большинство компаний строят свои прогнозы и тренды на основе предпочтений большинства. Так как выросло новое поколение покупателей, имеющих дома собственный компьютер и посвящающих большое количество времени играм. В бизнесе появилось новое выражение как **геймификация** – внедрение в бизнес-процессы игровых атрибутов, таких как наличие онлайн персонажа и возможность его стилизации, вознаграждения за прохождение определенных *чекпоинтов* и многое другое.

Такая потребность возникла в следствии популярности видеоигр по всему миру на почве технологического тренда, что спровоцировала рост игровой индустрии. Компании производящие видеоигры, как и любой другой бизнес, заинтересованы в сохранении клиента. Игры с каждым годом становятся все интереснее и разнообразнее, тем самым вынуждая пользователей проводить в них все больше и больше времени.

Примером такого является рейтинговая система или награда за ежедневное посещение игр. Эксперты считают, что потакание этому кардинально влияет на психологию пользователей, в частности на ощущение мотивации. Если раньше человеку было достаточно одной цели для работы на протяжении нескольких месяцев, то сейчас многим людям

сложно представить ценность какого-либо действия без ощущения моментальной награды.

Запомни!

Каждая игра содержит в себе мотивацию, это необходимо для того, чтобы игрок не забросил прохождение на одном из этапов, а был вовлечен постоянно.




Дискуссия

Как ты считаешь какой эффект окажет геймификация на общество в долгосрочной перспективе?

Рефлексия

4. С каким технологическими инструментами в бизнесе ты не согласен?
5. Обсуждение какие еще технологических трендов ты считаешь важным?

Рисунок, фотография или реалити	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок из 4 частей (с учетом временных особенностей).</p> <p>Первый рисунок – гонец с посланием (на лошади).</p> <p>Второй рисунок – почтовый голубь.</p> <p>Третий рисунок – почтальон.</p> <p>Четвертый рисунок – мессенджер или емейл.</p>	
	<p>Нарисовать рисунок похожий по смыслу как в примере.</p>	

	<p>Нарисовать два рисунка как на примере.</p> <p>В первом случае робот служит человеку.</p> <p>Во втором, человек служит роботу.</p>	 
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p>	

ЗАКЛЮЧЕНИЕ К РАЗДЕЛУ

Теперь ты знаешь:

- что такое предпринимательство;
- кого принято называть предпринимателем;
- история одного успешного предпринимателя;
- что называют рыночным механизмом;
- из чего состоит механизм рынка;
- кого называют производителем (товаров и услуг);
- кто такие потребители (товаров и услуг);
- что такое спрос и предложение;
- как достигается рыночное равновесие;
- как рассчитывается объем спроса и предложения;
- от чего зависит цена спроса и предложения;
- в каких ситуациях возникает дефицит и излишек товаров;
- что называют бизнес-процессом;
- какими навыками обладает успешный предприниматель;
- как развивать необходимые навыки для успешного ведения бизнеса;
- почему для успешного бизнеса необходима команда единомышленников;
- что в бизнесе называют технологическим трендом;
- какую роль играет и будет играть искусственный интеллект в современном бизнесе;

- зачем используют геймификацию в бизнесе.

Теперь ты умеешь:

- определять кто такой предприниматель;
- классифицировать предпринимателей по сфере деятельности;
- оформлять и презентовать бизнес-идею;
- объяснять, чем отличается производитель от потребителя;
- определять звенья, задействованные в создании и продаже товаров или услуг;
- различать рыночное и централизованное (государством) ценообразование;
- выстраивать алгоритм расчета себестоимости;
- рассчитывать размер прибыли;
- рассчитывать объем спроса и предложения;
- объяснять, как достигается рыночное равновесие;
- определять ситуации, когда возникает дефицит и излишек товаров;
- выявлять необходимые навыки для любого бизнес-процесса;
- правильно относиться к трудностям и не удачам;
- планировать, исполнять, находить ошибки и исправлять их;
- замечать и отслеживать новые технологические тренды, используемые в бизнесе;
- объяснять расширение функций онлайн платформ;
- рассуждать о влиянии на пользователей инструментов геймификации в бизнесе

3.2 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

На уроках по данному подразделу педагог познакомит обучающихся с основными условиями предпринимательства в реалиях современного рынка, объяснит с чего начинается бизнес и какие ошибки не стоит допускать, начиная свое собственное дело. Старшеклассники могут изучить основы инвестиционной политики, понять, кто такие инвесторы, что отличает их от бизнес-ангелов, какие бывают виды инвестиций и какие существуют способы их привлечения, познакомиться с различными теориями в бизнесе, такими как «100-10-3-1» или теория голубого океана.

В процессе изучения данного раздела старшеклассникам откроется много новых понятий и концепций, таких как краудфандинг, бизнес-инкубатор, акселератор, хакатон и монополия. Также они получат

информацию об рыночной конкуренции, возможных альтернативах и почему для начинающего предпринимателя так важно выбрать комфортную среду для своего бизнеса.

Тема «С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ БИЗНЕС»

Ты узнаешь:

- с чего начинается бизнес;
- какие вопросы интересуют инвестора;
- с какими ошибками сталкиваются начинающие предприниматели.

Ты научишься:

- определять привлекательные для тебя сферы предпринимательской деятельности;
- анализировать историю успеха или провала предпринимателей;
- строить свой план реализации бизнес-идеи с учетом потенциальных ошибок.

Ключевые слова: бизнес-идея, планирование, привлечение инвестиций, запуск проекта, рыночная ниша, целевая аудитория, бизнес-провал.

Проблемный вопрос. Представь, что семья решила построить загородный дом. Какой алгоритм последовательных действий им необходимо совершить?

Условно жизненный цикл компании, можно разделить на несколько важных этапов. Все начинается с **бизнес-идеи** – идея, цель которой создать некий новый продукт или услугу, а иногда привнести новый подход в уже действующую компанию. Чаще всего именно автор идеи является основателем будущей компании.

I. В период **бизнес-идеи** основатель (автор идеи) охотно делится своим замыслом с огромным количеством людей. Именно во время обсуждения своей идеи с людьми из разных сфер деятельности и разным жизненным опытом основатель и понимает сильные и слабые стороны своей задумки, что дает ему возможность в дальнейшем, либо усилить концепцию своего продукта, либо отказаться, осознав ее нежизнеспособность.

II. Если бизнес-идея оказалась жизнеспособной по мнению ее автора, наступает следующий этап – **планирование**. Во время планирования составляется подробный план действий, который оформляется в презентацию, в которой фиксируется вся самая важная информация необходимая для привлечения инвесторов.

III. Далее наступает один из самых сложных этапов, **привлечение инвестиций**. Опыт показывает, что множество удачных бизнес-идей не нашли своей реализации по причине отсутствия необходимых навыков презентации у начинающего предпринимателя и наоборот умение презентовать производило впечатление на инвесторов, после чего они финансировали проекты с нежизнеспособными бизнес-идеями.

IV. Если начинающий предприниматель проходит предыдущие три этапа, то следующей стадией будет **запуск проекта** – создание продукта и выпуск его на рынок. Далее продукт ожидает лишь два пути. В первом случае - *успех и дальнейшее развитие*. В противном случае *убыток или банкротство*.

Дискуссия

Представь, что инвестор готов профинансировать любой твой проект.

- Какую бизнес-идею ты бы реализовал?
- Какая сфера деятельности, по-твоему, мнению самая привлекательная?
- Кто является покупателем твоего продукта?

Инвесторы, это люди, которые эмоционально не привязаны к бизнес-идеи основателя и поэтому рассматривают проект с разных сторон. Во время презентации они задают большое количество разных вопросов из области маркетинга. Их интересует:

- кто является покупателем?
- почему они должны выбрать именно этот товар (услугу)?
- кто является ближайшим конкурентом?
- и другие.

Что бы ответить на эти вопросы необходимо провести небольшое маркетинговое исследование, в котором будет определена **рыночная ниша** – сегмент рынка с минимальной конкуренцией и наибольшим спросом, создающий возможность иметь преимущества перед конкурентами. Далее определяется **целевая аудитория** – группа людей, интересы и потребности которых, в состоянии закрыть новый продукт.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Проведи интервью с предпринимателями (можно с несколькими) из твоего ближайшего окружения (это должны быть действующие предприниматели) и заполни таблицу.

№	Вопрос	Ответ
1	С какими трудностями он/она сталкивался в начале своего проекта?	
2	Какую рыночную нишу занимает его продукт?	
3	Опиши его целевую аудиторию.	
4	Мог бы он/она выступить в роли инвестора для твоей бизнес-идеи?	
5	Какие советы он/она дал бы начинающим предпринимателям?	

Наверное, не существует успешных предпринимателей, которые на своем пути не совершали бы ошибок. Не верные решения или излишние эмоции часто приводят к **бизнес-провалам** – потеря денег или репутации. К типичным ошибкам начинающих предпринимателей можно отнести:

- не сформулированы цели проекта, решения приняты до конца не обдуманно, в эмоциональном состоянии;
- нет конкретных цифр в виде объема продаж и прибыли, а также не установлены сроки реализации проекта;
- отсутствует разграничение зон ответственности между основателем и его командой;
- существенно занижены предполагаемые расходы;
- чрезмерно завышенные ожидания потенциальной прибыли;
- отсутствие разных вариантов развития в реализации проекта;
- отсутствие плана «В», если первоначальный план «А» по каким-то причинам не может быть реализован;
- недооценка или даже игнорирование конкуренции.

Запомни!

Планируя новый бизнес-проект придерживайся железного правила: Доходы планируются пессимистично, а расходы оптимистично!

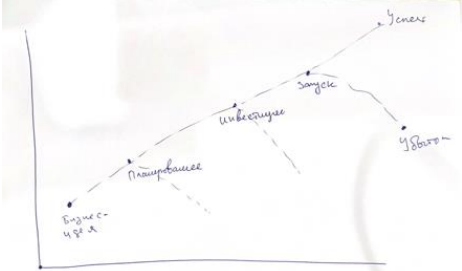

Выскажи мнение


Как ты понимаешь следующие формулировки:

- пессимистичные доходы;
- оптимистичные расходы.

Рефлексия

1. Какой этап в запуске бизнес-проекта ты считаешь самым важным?
2. Как ты считаешь какой эффект оказывают эмоции предпринимателя на его проект?
3. Почему многие начинающие предприниматели не склонны слушать советы?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать диаграмму как на примере</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бизнес-идея 2. Планирование 3. Инвестиции 4. Запуск 5. Успех 6. Убыток 	
	<p>Нарисовать рисунок, где за длинным столом сидят много людей, перед ними на столе стоит тарелка супа и вилка.</p> <p>В комнату заходит молодой человек (одет в костюме с галстуком) и раскрывает пиджак, на котором прикреплены разные виды ложек.</p> <p>От ложек исходит свет, люди восхищённо смотрят!!!</p>	

	<p>Нарисовать рисунок как на примере, которые говорит о том, что многие начинающие бизнесмены не слушают советов других специалистов.</p>	
--	---	--

Тема «СТАРТАП-КУЛЬТУРА»

Ты узнаешь:

- что называют стартап-культурой;
- какое влияние оказывает на экономику стартап-культура;
- что такое краудфандинг.

Ты научишься:

- структурировать по этапам процесс запуска стартапа;
- отличать потенциально успешные стартапы от неуспешных;
- использовать правило «100 – 10 – 3 – 1».

Ключевые слова: стартап, стартап-культура, краудфандинг.

Проблемный вопрос. Как ты думаешь почему много титулованных казахстанских боксеров, но очень мало известных футболистов?

Экономика любой страны строится на уже реализовавшихся бизнес-идеях и на огромном количестве новых идей, имеющих потенциал на успех. Поэтому страны заинтересованы в постоянном потоке новых бизнес-идей. Такая политика привела к развитию стартап-культуры.

Стартапом считается молодая компания (коммерческий проект), имеющая уникальную (интересную) бизнес-идею, но не имеющая финансовые возможности для ее реализации.

Явление в современной экономике, когда государство и различные финансовые (бизнес) организации заинтересованы в постоянном потоке новых предпринимателей и их идей для потенциального финансирования, называется **стартап-культурой**.

Дискуссия

Какую потенциальную прибыль ожидают инвесторы при финансировании стартапов?

Структура пути развития стартап проектов.

Идея	Формулирование идеи о создании нового продукта или услуги.
Команда	Набор людей, разделяющих видение основателя проекта, горящих желанием принести свой вклад в общий успех, обладающих набором навыков, необходимых для реализации бизнес-идеи.
Рынок	Оценка размеров потенциального рынка, формулирование целевой аудитории, анализ продуктов или услуг конкурентов.
Концепция	Закрепление результатов проведенного анализа, окончательное формулирование изначально заданных гипотез.
Техническое задание	Составление списка задач и оценка их приоритетности согласно заранее сформулированной концепции проекта.
Прототип	Создание первой версии продукта, обладающей базовыми атрибутами изначально запланированного продукта, для более детального визуального отображения его возможностей и потенциала.
Тестирование	Проверка жизнеспособности прототипа, поиск незапланированных уязвимостей идеи, работа над ошибками и дальнейшее исправление выявленного, в целях представления продукта первым клиентам.
Альфа-версия	Начало переговоров с первыми клиентами.
Закрытая бета-версия	Сбор первичного отклика от клиентов, внесение корректировок и проверка продукта среди специально приглашенных экспертов.
Публичная бета-версия	Исправление ошибок, выявленных при экспертизе, набор более массовой команды тестировки, уже среди финальных пользователей.
Запуск	Финализация подготовки продукта (завершение, доработка), юридическое оформление, маркетинговое продвижение и выход на рынок.
Поиск инвесторов	Начало переговоров с инвесторами, определение контроля границ вкладчиков и формулирование вариантов выходов из бизнеса.

Запомни!

В некоторых случаях поиск инвесторов происходит почти после каждого этапа подготовки продукта.

Выскажи мнение

Как ты считаешь на сколько в нашей стране развита стартап культура?

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Проведи исследование, узнай какие среди крупнейших компаний достигли такого успеха, начинавшись со стартапа? Заполни таблицу

Название компании	Вид деятельности	Год запуска	Текущая рыночная стоимость

Это интересно!

Известный предприниматель и автор учебников об инвестировании Роберт Кийосаки вывел закономерность «**100 – 10 – 3 – 1**». И хотя он известен как человек, построивший капитал на инвестициях в недвижимость, Роберт считает, что это правило актуально для любой сферы деятельности.

Закономерность во время анализа рынка в поисках объектов недвижимости для выгодных инвестиций Кийосаки применял следующим образом:

- 100 – это количество объектов недвижимости, которые он просмотрел в качестве потенциальной покупки;
- 10 – это количество выделенных им как перспективные (из 100 просмотренных);
- 3 – это количество объектов, которые дошли до стадии подписании контракта купли-продажи;
- 1 – количество объектов в долгосрочной перспективе принесли огромную прибыль.

Дискуссия

Назови сферы деятельности, в которых ты также успешно можешь применить данное правило. Аргументируй свой ответ.

Новым видом инвестирования стало такое явление, как **краудфандинг** – процесс, когда людям со всего мира, из разных сфер деятельности понравилась чья-то бизнес-идея, после чего каждый из них добровольно жертвует сумму любого размера, как правило, через интернет,

на поддержку предпринимателя и реализацию его продукта. Чаще всего, в ответ на эту помощь основатель компании предлагает что-то взамен. Это может быть один экземпляр своей продукции, денежное вознаграждение, автограф или многое другое.

Статистка по удачным запускам проектов на основе краудфандинга не высокая в силу разных причин. Это может быть связано с неверной оценкой потенциала компании основателем, непопаданием в целевую аудиторию, некачественным продуктом или недобросовестностью предпринимателя.


Задание

Найди компании, которые были основаны посредством краудфандинга?

Рефлексия

1. На сколько развита стартап культура в твоём регионе?
2. Как ты считаешь какой положительный эффект получает экономика страны при запуске удачных стартап проектов?
3. На сколько рискованно по твоему мнению участвовать в краудфандинге?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок как на примере.</p> <p>Важное! Мальчик в костюме – молодой предприниматель.</p> <p>Глова вверх – это мечты.</p> <p>Нарисованные рисунке на стенах – план (идеи).</p>	
	<p>Нарисовать этапы развития бизнесмена:</p> <p>Первый рисунок – молодой человек с взъерошенными волосами и горящими</p>	

	<p>глазами. Вся его стойка олицетворяет «👉о идея фикс»</p> <p>Второй этап – тот же молодой человек конструирует, что-то в гараже. (вид со спины, чтобы не показывать, что именно он строит)</p> <p>Третий рисунок, он уже одет в костюм он ведет презентацию перед инвеститорами. Он открывает перед ними чемоданчик, а оттуда идет свет. Инвесторы восхищены.</p> <p>Четвертой рисунок он идет по заводу.</p>	
	<p>Нарисовать рисунок олицетворяющий краудфандинг, «лампочка» — это бизнес-идея, а люди из разных стран дают свои деньги (поэтому у каждого человека вложившего разная валюта, также можно в рисунке отразить их профессию)</p> <p>Желательно показать, что люди разных профессий от домохозяйки до арабского шейха и вкладывают разный размер сумм и из разных стран</p>	

Тема «БИЗНЕС-АНГЕЛЫ И ИНВЕСТОРЫ. СХОДСТВО И ОТЛИЧИЯ»

Ты узнаешь:

- кто такие бизнес-ангелы;
- кого называют инвестором;
- как чем помогают бизнес-ангелы и инвесторы начинающим предпринимателям;

Ты научишься:

- анализировать деятельность инвестора и выявлять его тип;
- понимать преимущества и недостатки бизнес-ангелов;
- определять близкий для себя тип инвестирования.

Ключевые слова: бизнес-ангел, классический инвестор, венчурный инвестор.

Проблемный вопрос. Два друга, которые не умеют плавать, поспорили кто быстрее проплывет 100 метров в бассейне к концу лета.

Первый, обратился за помощью к дяде, который в прошлом был профессиональным ватерполистом. Тот в свою очередь, в первый же день привел племянника в частный бассейн, оплатил ему абонемент, научил его правильной технике дыхания, показал несколько способов плавания. В дальнейшем, на протяжении всего лета, дядя регулярно навещал тренировки и показывал племяннику его ошибки и как их исправить.

Второй, купил абонемент в общественный бассейн, который он мог посещать всего три дня в неделю по 50 минут. Во время тренировки он смотрел на других пловцов и пытался самостоятельно изучать технику плавания. Однако, как бы он не старался, у него все равно сбивалось дыхание, быстро уставали мышцы, и вода затекала ему в нос.

Оба пловца по сравнению с начала лета повысили навыки плавания, но кто же победит в споре? Спрогнозируй результат окончания соревнования и аргументируй свое мнение.

Бизнес часто отражает человеческое поведение, как и во многих других сферах жизни начинающий предприниматель нуждается в опеке и поддержке. Это поддержка может проявляться в передаче профессионального опыта, в создании эмоциональной опоры и в материальной помощи. Людей, выступающих в такой роли в

предпринимательстве, называют **бизнес-ангелами**. Их помощь не является безвозмездной, после того как бизнес выходит на рынок, занимает свою нишу и приносит постоянный и стабильный доход, основатель компании делится частью прибыли в ответ. Зачастую часть компании принадлежит бизнес-ангелам.

Иногда люди не различают между собой роли классического инвестора, венчурного инвестора и бизнес-ангела.

В общепринятом понимании **инвестор** или *классический инвестор* не входит в компании на ранней стадии зарождения проекта, это происходит, потому что инвестиции в продукт до создания его прототипа крайне рискованны. Намного безопаснее дождаться результатов от команды и только после этого вкладывать средства в уже реализованную бизнес-идею. Инвестора, который готов взять на себя все эти риски, называют **венчурным инвестором**. Причина, по которой венчурный инвестор готов так рисковать, является соразмерность прибыли от инвестиций и возможности потерять вложенные средства.

Задание

Заполни таблицу исходя из изученного материала. Укажи словом «Да» или «Нет» соответствующие атрибуты для каждого типа инвестора.

	Ранний период	Готовый продукт	Высокий риск	Невысокий риск	Высокая прибыль	Невысокая прибыль
Бизнес-ангел						
Классический инвестор						
Венчурный инвестор						

Выскажи мнение

Почему классических инвесторов по статистике больше, чем венчурных? С чем это связано и какой тип инвестиций для тебя ближе?

Существенными отличиями между классическими, венчурными инвесторами и бизнес-ангелами считается:

Степень погружения в проект:

- Классический инвестор ограничивается только выделением средств на развитие компании, он не вмешивается в организационные и управленческие решения.

- Бизнес-ангел включается в процесс с самой ранней стадии развития проекта, он активно наставляет основателя компании, помогает принимать сложные управленческие решения.

Степень отношения к бизнес-рискам:

- Классический инвестор всячески старается избегать рисков, поэтому он вкладывается уже на «безопасной стадии» проекта только после того, как продукт будет выведен на рынок, а его актуальность и жизнеспособность доказана хоть какими-то финансовыми успехами (продажами).

- Венчурный инвестор разделяет бизнес-идею (ему нравится продукт), поэтому он верит в проект еще на самой ранней стадии и не боится брать риски совместно с основателем.

- Бизнес-ангел верит в бизнес-идею предпринимателя не меньше его самого. Он четко осознает потенциальные бизнес-риски, и его главная задача помочь команде справиться с ними или уменьшить потенциальный ущерб от них.

Степень эмоциональности:

- Классический инвестор – нулевая эмоциональная вовлеченность (хладнокровный расчет).

- Венчурный инвестор – высокая эмоциональная вовлеченность (влюбленность в продукт).

- Бизнес-ангел высокая эмоциональная вовлеченность (желание помочь основателю, отношение к проекту, как к своему собственному).

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Выбери близкий для тебя тип инвестора. Найди известные истории успеха такого вложения средств. Оформи результат исследования и презентуй его перед классом.

Дискуссия

Как ты думаешь почему предприниматели не всегда прибегают к помощи бизнес-ангелов?

Рефлексия

1. О каком типе инвесторов ты ранее не слышал и впервые узнал на этом уроке?

2. В роли какого инвестора тебе легче всего представить себя? С чем связан твой выбор?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать два рисунка.</p> <p>На первом идет индивидуальная тренировка, в хорошем бассейне, кроме пловца и тренера никого нет, пловец плывет красиво и технично.</p> <p>На втором, общественный бассейн заполнен людьми (кто-то плывет по дорожке, кто-то поперек, и много людей у бортиков, а также дети), в центре рисунка еле барахтается пловец.</p>	
	<p>Нарисовать три типа инвесторов.</p> <p>1. Нарисовать человека в деловом костюме средних лет, можно даже по старше. Под ним надпись Классический инвестор – «Банкир»</p> <p>2. Молодой человек в непринужденном спортивном стиле (программист ил айтишник) в наушниках или с атрибутами соврменных гаджетов. Под ним надпись</p>	

	<p>«Венчурный инвестор – технократ».</p> <p>3. Бизнесмен средних лет в деловой одежде, но не костюме (стиль смарт кэжуал). Под ним надпись «Бизнес-ангел – бывший руководитель крупных компаний».</p>	
	<p>Нарисовать бизнес-ангела с черными крыльями и снизу надпись</p> <p>«Недостатки бизнес-ангелов»</p> <p>Далее буллитами</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мало помогает в привлечении инвестиции на более поздних сроках развития проекта; • Могут злоупотреблять возможностью управления в компании; • Могут оказаться недобросовестными партнерами; • Могут претендовать на крупную долю в бизнесе. 	

Тема «БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ И АКСЕЛЕРАТОРЫ»

Ты узнаешь:

- что такое бизнес-инкубатор;

- какие задачи выполняют бизнес- акселераторы;
- что такое хакатон и какая от него польза.

Ты научишься:

- различать бизнес-инкубаторы от акселераторов.
- определять необходимую форму поддержки для начинающих бизнес-проектов;
- искать полезную информацию о бизнес-инкубаторах, акселераторах и хакатонах.

Ключевые слова: бизнес-инкубатор, бизнес-акселератор, коворкинг, хакатон.

Проблемный вопрос. Почему экономике государства выгодно большое количество маленьких, но успешных бизнес-проектов?

Любое государство всегда заинтересованно в развитии своей экономики. Так как главным двигателем экономики являются **предприниматели**, государство направляет основные ресурсы на помощь малому и среднему бизнесу. Экономисты и специалисты из других сфер осознают, что результат предпринимательской деятельности не ограничивается созданием нового продукта или услуги в целях получения прибыли. Главная польза для экономики страны, это новые рабочие места, пополнения государственного бюджета через налоги и создание или развитие инфраструктуры.

Новым методом оказания поддержки молодым (начинающим) предпринимателям является создание **бизнес-инкубаторов** – организации цель которых всевозможная помощь и сопровождение бизнес-проектов на ранней стадии их деятельности. Эта помощь проявляется самыми разными способами:

- помощь в организации бухгалтерского и налогового учета;
- оказание юридических консультаций;
- финансовая поддержка;
- льготные условия по аренде помещения;
- помощь в поиске инвестиций;
- помощь в подборе и найме новых сотрудников;
- и другие.

Бизнес-инкубаторы в разных регионах отличаются тематической направленностью, это происходит, потому что в регионах имеются свои «сильные» экономические стороны, то есть в нефтедобывающих регионах государство заинтересованно в развитии нефтехимического сектора, а в

промышленно развитых регионах необходимы проекты по автоматизации бизнес-процессов.

Дискуссия

Какие ты знаешь региональные отличия в экономике разных областей Казахстана? Как климатические и географические условия влияют на это?

Почему необходимо развивать именно сильные, с точки зрения экономики, индустриальные сферы региона?

Задание

Найди несколько примеров бизнес-инкубаторов в нашей стране. Изучи информацию о них и заполни таблицу.

Название бизнес-инкубатора	Регион (область)	Экономическая сфера (тематика)	Примеры успешных проектов
<i>Пример</i>			
Astana HUB	город Астана	IT направление	naimi.kz

В рамках бизнес-инкубатора существуют механизмы **акселерации** – программа интенсивного обучения предпринимателей в области финансовой грамотности, организационного управления, экспертная поддержка (менторство) и другое. Взамен бизнес-инкубатор может претендовать на долю в компании.

Многие часто не различают функции инкубаторов и акселераторов. Необходимо понимать, что эти инструменты оказывают поддержку стартапам на разных этапах развития. Инкубаторы помогают молодым проектам в создании первичного продукта и его выходе на рынок, в то время как акселераторы нацелены на улучшение уже готового продукта и закреплении его целевой аудитории.

Запомни!

Некоторые стартапы исходя из их специфики нуждаются в различной форме поддержке. К примеру, более социальные или наукоемкие проекты могут воспользоваться целевыми грантами или государственными субсидиями.

Это интересно!

Самой простой формой поддержки начинающих предпринимателей, является создание **коворкингов** – специально созданное пространство, в которое внедрены ключевые функции современного офиса, удовлетворяющего минимальным потребностям предпринимателя. Также важной особенностью коворкинга считается возможность арендовать даже одно рабочее место по льготным тарифам.

Одним из современных способов решения сложных бизнес-задач, поиска ценных кадров (талантов) или привлечения внимания к своей компании стали **хакатоны**. Это мероприятие, на котором специалисты из разных сфер (менеджеры, программисты, дизайнеры, маркетологи) по желанию объединяются в команды и решают поставленную организатором хакатона задачу за ограниченное количество времени. Участники хакатонов борются за различные награды, такие как денежное вознаграждение, прием на работу, получение контракта, стипендия и многое другое.

Запомни!

Хакатон – это хороший способ проверить свои способности, получить разнообразный опыт работы в команде и возможность улучшить свое резюме.

Дискуссия

Какая тематика хакатона для тебе больше всего привлекательна? Какие твои навыки окажут максимальную пользу в достижении победы на хакатоне?


ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Найди информацию о проведенных хакатонах по всему миру. Узнай, когда и где он проходил, какую задачу поставили организаторы, какое решение предложила команда победителей. Найденную информацию перенеси в таблицу.

Хакатон	Год и место проведения	Тематика или поставленная задача	Победители и их продукт

Рефлексия

1. Результаты какого бизнес-инкубатора тебя впечатлили (или разочаровали)?
2. Какие проведенные хакатоны по-твоему мнение были самыми результативными?

Рисунок, фотография или реалия	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок, где:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) по центру буквально обычный яичный инкубатор, подписанный как "бизнес-инкубатор" 2) слева к нему очередь из обычно-неофициально одетых людей (шорты, платья) 3) внутри инкубатора из яиц вылупляются люди в костюмах как на примере. <p>*Рисунки в примерах для вдохновения!</p>	
	<p>Нарисовать рисунок, в центре которого стоит молодой предприниматель, а к нему тянуться «стрелки помощи», можно в виде заботливых рук.</p> <p>Название каждой помощи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. помощь в организации бухгалтерского и налогового учета; 2. оказание юридических консультаций; 	

	<p>3. финансовая поддержка; 4. льготные условия по аренде помещения; 5. помощь в поиске инвестиций; 6. помощь в подборе и найме НОВЫХ сотрудников; 7. и другие.</p> <p>Можно нарисовать в виде инфографики.</p>	
	<p>Нарисовать рисунок команды на хакатоне:</p> <p>В центре стоит стол, сверху над ним надпись "Хакатон", за столом которым сидит программист с ноутбуком и что-то агрессивно печатает.</p> <p>Рядом с ним его команда: 1) один делает массаж плеч; 2) рядом наливает чай; 3) дует на него большим веером.</p>	

Тема «РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»

Ты узнаешь:

- что такое конкурентная среда в бизнесе;
- какую пользу несет конкуренция для предпринимателей;
- что такое конкурентное преимущество;
- о теории голубых океанов.

Ты научишься:

- определять факторы появления монополии на рынке;

- понимать преимущества конкурентной среды;
- находить причины возникновения голубых океанов.

Ключевые слова: монополия, конкурентная среда, конкурентное преимущество, теория голубых и алых океанов.

Проблемный вопрос. Почему детям в средней школе нанимают репетитора по предметам с худшей успеваемостью, но те же ученики, заканчивая школу, выбирают университет опираясь на свои знания в предметах с лучшей успеваемостью?

Условно существует две ситуации на рынке. Первая, **монополия** – это положение на рынке, когда одна компания контролирует производство и продажу определенного продукта, тем самым имеет возможность управления ценой и объемом предложения на рынке.

Факторы появления монополии на рынке:

- капиталоемкие рынки, провоцируют появление монополии. Это происходит, потому что другие компании, которые хотят конкурировать на данном рынке не обладают возможностью одновременно привлечь огромный капитал (деньги);
- законодательные барьеры в виде выдачи лицензии или отдельных разрешительных документов.
- государственная внешнеэкономическая политика, направленная на защиту рынка от зарубежной конкуренции для поддержания отечественных компаний
- доминанция одной компании за счет скупки и поглощения других компаний.

Выскажи мнение

Существует ли государство, в котором отсутствует какая-либо монополия?

Дискуссия

Почему детская игра Монополия имеет такое название?

Альтернативой монополии является наличие **конкурентной среды** – это положение на рынке, когда существует две и более компании с одинаковым продуктом, которые соперничают между собой за лучшие условия производства и продажи своего продукта. Каждая из компаний

стремиться нарастить свое **конкурентное преимущество** – уникальные характеристики, выгодно отличающие компанию и их продукт.

Существуют разные виды конкурентных преимуществ:

- **Ресурсные** – возможность приобретать более дешевое или качественное сырье, эффективная система, позволяющая экономнее распоряжаться ресурсами, наличие уникальных поставщиков;
- **Технологические** – наличие более инновационного оборудования или запатентованных технологий, кардинально улучшающих производительность и качество товара;
- **Интеллектуальные (управленческие)** – талантливые и высококвалифицированные сотрудники, наличие эффективной системы управления бизнесом;
- **Культурные** – глубокое понимание культурных запросов, традиций и национальных особенностей.

Дискуссия

Почему конкурентная среда считается более эффективной средой для развития экономики чем монополия? Какие скрытые или явные угрозы для экономики таит в себе монополия? Аргументируй свой ответ.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Конкуренция является одним из важнейших способов повышения эффективности компании и улучшения продукта. Изучи какие именно происходят улучшения за счет конкуренции. Результаты исследования внеси в таблицу согласно примеру.

Компания	Продукт
<i>Пример</i>	
1. Нанимают в компанию лучших сотрудников	1. Растет эффективность рекламы и узнаваемость бренда

Запомни!

Большинство успешных предпринимателей дают один дельный совет: **«усиливайся там, где ты силен»**. Что призывает компании сконцентрировать свое внимание на своих **конкурентных преимуществах**, а не тратить силы и средства в попытке подтянуть свои слабые стороны.

Дискуссия

Почему эксперты советуют усиливать свои сильные стороны, а не бросать ресурсы на слабые?

В современном бизнесе существует теория **голубых океанов**, которая гласит, что иногда стоит отказаться от конкуренции с уже действующими игроками на существующих рынках, в пользу поиска неизвестных участков рынка. Главное преимущество голубого океана, это отсутствие конкуренции и четко сформулированного набора правил, которым подчиняется каждый игрок на рынке.

Альтернативой голубым океанам принято считать **алые океаны** – рынки, где условно определены границы каждого игрока, а правила конкуренции всем известны. В такой ситуации компании вынуждены стремиться к превосходству над соперниками, тем самым перетягивать на себя как можно больше клиентского спроса.

Основные идеи из теории голубого океана:

- Главной задачей бизнеса не всегда может быть победа над конкурентами, ее можно заменить ориентацией на удовлетворение желаний потребителей посредством повышения качества товаров и услуг, так как подойдя к задаче с другой стороны можно обрести новую ценность в глазах покупателей.
- Даже самые устоявшиеся законы отрасли не являются константой, идея голубого океана доказывает, что готовность выйти за рамки открывает новые возможности.
- Существует большое количество методов и техник для создания голубых океанов. Регулярно открываются новые, что доказывают, что невозможность этого является устаревшим стереотипом.

Запомни!

Все голубые океаны рано или поздно становятся алыми!

Выскажи мнение

По какой причине алые океаны называются именно так? Почему голубые океаны со временем меняют свой цвет?

КЕЙС


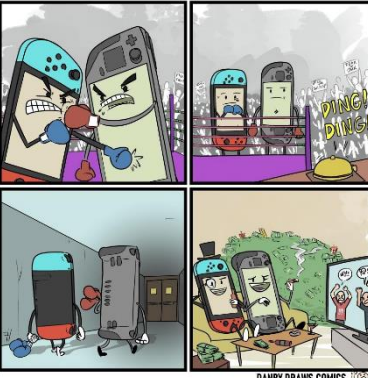

Яркие примеры компаний, успешно открывших океаны.

Компания	Голубой океан	Описание
McDonald's	Рынок фаст-фуда	До прихода McDonald's на рынок, еда вне дома

		являлась длительным, дорогостоящим и помпезным мероприятием
Cirque du Soleil	Рынок совмещающий цирк и театральные постановки.	Cirque du Soleil стал первым цирком, объединившим две кардинально отличающиеся аудитории: творческая интеллигенция, предпочитающая поход в театр и обычных людей, жаждущих простого и доступного развлечения
ИКЕА	Рынок дешевой, недолговечной мебели	До появления ИКЕА рынок считал, что мебель должна быть долговечной и высокого качества
Crocs	Рынок, сформированный новой целевой аудиторией	Crocs изменили отношение потребителей к резиновой обуви, которая традиционно считалась атрибутом сельских жителей
Amazon	Рынок почтовой доставки товаров широкого спектра	Amazon первая компания позволившая совершать покупки дистанционно, сохранив возможность выбора как в гипермаркете
Tesla	Рынок экологических авто	Tesla предоставили продукт, которого ранее не было – экологичный электромобиль, не уступающий по характеристикам привычному транспорту

Рефлексия

1. Согласен ли с примерами естественной монополии в твоём регионе?
2. Какие ты можешь назвать отрицательные факторы конкурентной среды?
3. Какой из трех рынков (монополия, конкуренция, голубой океан) ты считаешь наиболее подходящим для начинающих предпринимателей?

Рисунок, фотография или реалья	Описание иллюстрации	Примеры
	<p>Нарисовать рисунок персонаж, которого похож на Мистера Монополия.</p> <p>Он притягивает руку на бренды компаний.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. КТЖ 2. ЕРЦ 3. Казахтелеком 4. АО "Жасыл даму" 5. ТОО "СК-Фармация 	
	<p>Нарисовать мини-комикс как на примере рисунка</p>	
	<p>Нарисовать картинку как на примере: В более маленьком аквариуме теснятся много рыбок, которые держат старые телефоны (большие с кнопками), а выпрыгивающая в большой аквариум рыбка олицетворяет Стива Джобса</p>	

	(черная водолазка, очки) и держит в руках телефон с логотипом Apple	
--	---	--

ЗАКЛЮЧЕНИЕ К РАЗДЕЛУ

Теперь ты знаешь:

- с чего начинается бизнес;
- какие вопросы интересуют инвестора;
- с какими ошибками сталкиваются начинающие предприниматели;
- что называют стартап-культурой;
- какое влияние оказывает на экономику стартап-культура;
- что такое краудфандинг;
- кто такие бизнес-ангелы;
- кого называют инвестором;
- как чем помогают бизнес-ангелы и инвесторы начинающим предпринимателям;
- что такое бизнес-инкубатор;
- какие задачи выполняют бизнес-акселераторы;
- что такое хакатон и какая от него польза;
- что такое конкурентная среда в бизнесе;
- какую пользу несет конкуренция для предпринимателей;
- что такое конкурентное преимущество;
- о теории голубых океанов.

Теперь ты умеешь:

- определять привлекательные для тебя сферы предпринимательской деятельности;
- анализировать историю успеха или провала предпринимателей;
- строить свой план реализации бизнес-идеи с учетом потенциальных ошибок;
- структурировать по этапам процесс запуска стартапа;
- отличать потенциально успешные стартапы от неуспешных;
- использовать правило «100 – 10 – 3 – 1»;
- анализировать деятельность инвестора и выявлять его тип;
- понимать преимущества и недостатки бизнес-ангелов;

- определять близкий для себя тип инвестирования;
- различать бизнес-инкубаторы от акселераторов.
- определять необходимую форму поддержки для начинающих бизнес-проектов;
- искать полезную информацию о бизнес-инкубаторах, акселераторах и хакатонах;
- определять факторы появления монополии на рынке;
- понимать преимущества конкурентной среды;
- находить причины возникновения голубых океанов

РАЗДЕЛ 4 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ ПО КУРСУ «ГЛОБАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ»

В ходе изучения курса «Глобальные компетенции» в 11-м классе педагог может использовать разнообразные формы и методы проведения занятий: ролевая игра, групповая работа, построение схем, карт, создание постеров, рисунков; проектная работа, конкурсы, акции, решение ситуационных задач, исследование. Старшеклассники могут выполнять следующие виды работы:

- проектная деятельность (рис.1);
- подготовка инструкций;
- изготовление и выставка рекламы;
- инициированная и курируемая обучающимся деятельности (индивидуальная/совместная) (Student-initiated and led action (individual/collaborative amongst students));
- социальные проекты;
- встречи, экскурсии;
- student-initiated shared action (with teachers);
- волонтерские инициативы и др.



Рис. 1 Виды проектной деятельности

Возможно также выполнение обучающимися коллективных и индивидуальных проектов, исследований, построение схем и разработка карт, создание постеров и рисунков, проведение конкурсов и акций, ролевые игры, разработка инструкций, изготовление и выставка рекламы, разработка сайтов, стартапы и бизнес-проекты, встречи и дебатные турниры, экскурсии и тематические походы, волонтерские инициативы на уровне школы, региона, страны и другие.

С целью повышения качества и эффективности обучения курсу необходимо обеспечить:

- учет возрастных особенностей обучающихся и их социального опыта;
- добровольность участия;
- доступность учебно-методических материалов;
- широкое коллективное обсуждение;
- научно-методическое сопровождение процесса обучения (роль методистов);
- внедрение информационных технологий в процессе обучения;
- развитие инициативы старшеклассников.

Процесс обучения и достижение старшеклассниками высокого уровня освоения функциональной грамотностью, формирования гибких компетенций не может проходить стихийно, а требует организации познавательного, насыщенного, интересного процесса обучения, опирающегося на исследования, обсуждение, коллективное принятие решений, разнообразные ресурсы.

В ходе обучения педагогу необходимо направить методы, технологии и ресурсы на формирование многих универсальных когнитивных компетенций (табл.1).

Педагогу также рекомендуется в процессе обучения старшеклассников курсу «Глобальные компетенции» обратить внимание на формирование следующих уровней сформированности глобальной компетентности:

- выявление и анализ точек зрения;
- рассуждения, выходящие за рамки информации задания;
- объем информации;
- описание или объяснение ситуации (рис.2)



Рис. 2 Критерии оценки глобальной компетентности

Таблица 1 Оценивание сформированности глобальной компетентности

Направление оценки	Познавательные умения
Изучение вопросов местного, глобального и межкультурного значения	Оценивать информацию, формулировать аргументы и объяснять проблемы и ситуации
Понимание и оценка точек зрения и мировоззрения других	Выявлять и анализировать различные точки зрения
Содействие коллективному благополучию и устойчивому развитию	Оценивать действия и последствия

Рассматривая проблемы предпринимательской и финансовой деятельности в процессе обучения педагогу рекомендуется придерживаться следующей модели (рис. 3):

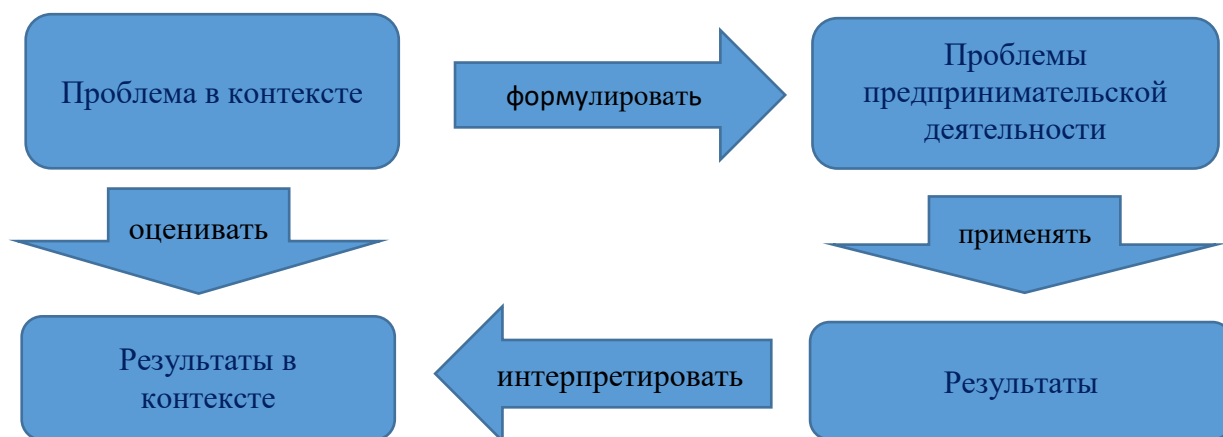


Рис. 3 Модель обучения основам предпринимательской и финансовой грамотности

Глобальный переход к инновационной экономике побудил политиков, работодателей подчеркнуть важность обучения молодых людей навыкам и компетенциям XXI века, то есть тем «навыкам и компетенциям, которыми молодым людям потребуется обладать, чтобы стать эффективными работниками и гражданами в информационном обществе XXI века».

К ним относятся:

- навыки получения доступа к информации, ее оценки и организации в цифровых средах;
- участие в исследованиях и решении проблем;
- создание новых знаний;
- улучшение способностей к коммуникации, обмену, критике и представлению информации и идей, в том числе использованию приложений в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ);
- поощрение соблюдения этических норм и социальной ответственности (Ananiadou and Claro, 2009).

Старшеклассникам важно рассматривать темы по основам предпринимательской и финансовой деятельности, применяя и интерпретируя разнообразные данные, результаты своей работы

(исследование, проектная работа и др.), а также оценивая процессы, события, планы и др.

Также при отборе содержания занятий по курсу «Глобальные компетенции» важно учитывать возрастные особенности и предусмотреть:

- обучение и оценивание навыков;
- качественную обратную связь;
- рекомендации по итогам международного исследования PISA;
- и другие (рис. 4)



Рис. 4 Содержательный аспект при подготовке занятий по курсу «Глобальные компетенции»

При изучении курса «Глобальные компетенции» важно включать:

1. Исследование, анализ и оценку

- способствовать развитию у обучающихся критического, проблемно-ориентированного, системного мышления;
- проводить исследования проблем регионального и глобального значения;
- анализировать и оценивать доказательства и рассуждения, используемые для поддержки утверждений, аргументов и точек зрения;
- анализировать и оценивать источники и/или явления, процессы.

2. *Коммуникацию и коллаборацию*

- налаживать позитивное взаимодействие в разных жизненных ситуациях;
- предпринимать конструктивные действия в интересах благополучия семьи, школы, общества и государства;
- четко и структурированно выбирать, и представлять соответствующие аргументы, доказательства и точки зрения;
- вносить вклад в общую цель и результат командной работы.

3. *Рефлексию*

- обосновывать личную точку зрения, используя доказательства и аргументы;
- обсуждать, как исследования, взаимодействие с различными точками зрения, и работа в команде повлияли на личное обучение.

Педагог самостоятельно выбирает методики и технологии обучения, интегрируя дискуссионные, игровые, тренинговые и другие формы деятельности. В приложении к пособию педагогам предлагаются примерные разработки занятий по темам программы курса «Глобальные компетенции» для 11 класса, которые можно использовать при разработке краткосрочных планов (приложения 1-8).

В ходе изучения тем программы курса рекомендуется проводить исследования, выполнять проектную работу, применять репродуктивные, проблемные, исследовательские, поисковые и другие методы, позволяющие активизировать деятельность обучающихся, способствующих самостоятельному поиску решений, формированию устойчивой мотивации к обучению. Данные методы могут использоваться как в индивидуальном формате, так и при работе в парах, а малых и больших группах.

Рекомендуется использование таких форм и методов активного обучения, как решение ситуационных задач, кейс-технологии, дидактические игры, баскет-метод (имитация ситуации), интерактивные методы «Мозговой штурм», «Круглый стол», «Метод проектов» и другие. Данные методы, формы и технологии обучения направлены на формирование навыков самостоятельного поиска и анализа информации, развитие навыков принимать ответственные решения в различных жизненных ситуациях, умение работать в команде и высказывать собственное обоснованное мнение на основе определенных фактов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Глобальные компетенции являются частью образа жизни молодых людей и полученные знания в школе становятся основой для формирования навыков, отношения. В ходе изучения курса «Глобальные компетенции» старшеклассники развивают аналитическое и критическое мышление, учатся взаимодействовать уважительно и эффективно, гибки и осознают многообразие мира, процессов, явлений и понимают глобальные, страновые, региональные проблемы.

Также старшеклассники становятся открытыми и дружелюбными, у них формируются не только навыки предпринимательской деятельности и основы финансовой грамотности, но развиваются в дальнейшем важные ценности: человеческое достоинство, культурное разнообразие и др.

Глобальная компетентность – многогранная цель обучения на протяжении всей жизни. Глобальная компетентность очень важна в предпринимательской деятельности, так как личность способна не только изучать местные, глобальные проблемы и вопросы межкультурного взаимодействия, понимать и оценивать разные точки зрения, мнения, успешно взаимодействовать с другими, но и обеспечивать экономическое развитие и продвижение бизнеса. Региона, страны и действовать ответственно для дальнейшего устойчивого развития общества и коллективного благополучия.

По итогам изучения курса старшеклассники смогут:

- критически рассматривать различные точки зрения, процессы, явления, ситуации глобального характера и межкультурного взаимодействия и эффективно взаимодействовать в разных жизненных ситуациях;
- понимать, каким образом культурные, социальные, религиозные, политические, и иные различия могут оказывать влияние на восприятие, суждения и взгляды;
- открыто, уважительно и эффективно взаимодействовать с другими людьми на основе уважения к человеческому достоинству.

Педагог может ориентироваться на модель глобальных компетенций как совокупности взаимосвязанных компонентов (2018 г.):

Обучающиеся представляют разные культуры и работают совместно над школьным проектом.

Обучающиеся демонстрируют глобальную компетентность, поскольку лучше узнают друг друга.

Обучающиеся пытаются понять, как каждый воспринимает свою роль в проекте и какова точка зрения другого, обсуждают коллективно.

Обучающиеся обсуждают недопонимание и обмениваются ожиданиями и чувствами, высказывают свое мнение.

Обучающиеся используют то, что они узнают друг от друга, чтобы улучшить внутришкольные отношения и выполнять совместную работу/проект.

Педагогу необходимо усилить следующие аспекты в рамках изучения курса «Глобальные компетенции² в 11-м классе:

- обеспечить целостность и непрерывность процесса изучения;
- двигаться к общим целям и дифференцировать их на разных этапах;
- сочетать образовательные и воспитательные цели и задачи;
- обеспечивать преемственность и последовательность усложнения содержания;
- направлять на достижение метапредметных образовательных результатов;
- создавать атмосферу творчества, поиска новых идей, стремления к инновациям.

В современном мире выросла мобильность людей, возросло культурное разнообразие различных сообществ и возникли новые формы идентичности на национальном, региональном, местном уровнях.

Профессиональная успешность может быть сформирована на межпредметных знаниях и взаимодействии с другими. Современные работодатели привлекают чаще всего специалистов, которые гибки и легко адаптируются, могут применить и трансформировать свои навыки и знания в различных условиях, ориентируются в сложных ситуациях, завоевывают доверие и авторитет в мультикультурных командах, проявляют уважение к другим людям.

Изучение основ предпринимательской деятельности и финансовой грамотности поможет выпускникам школы овладеть навыками взаимодействия в многокультурных сообществах и развивать качества успешного, культурного, дружелюбного и открытого ко всему новому человека, формировать профессиональные навыки, необходимые в реальной жизни, связанные с будущей профессией или видами деятельности, приносящими благосостояние и благополучие как семье, так и обществу.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Э.А.Арустамов. Основы бизнеса.- М. - 2011.
2. Ю.Брехова, А.Алмосов, Д. Завьялов. Финансовая грамотность. Контрольные измерительные материалы.- М.,- 2014.
3. В.А. Баринов. Бизнес-планирование, электронный ресурс: учебное пособие /В.А. Баринов. - М.: Форум: инфра-м, 2017. - 272 с.
<http://znanium.com/catalog/product/652953>
4. М.Г Лапуста, Предпринимательство, электронный ресурс: учебник / М.Г. Лапуста. - М.: Инфра-М, 2016. - 384 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=545254>
5. Романова, М.В. Бизнес-планирование. электронный ресурс: учебное пособие / Романова М. В. - М.: Форум, Инфра-М, 2015. - 240 с.
<http://znanium.com/catalog/product/504797>
6. П.М. Абакарова. Учебное пособие по дисциплине «Основы предпринимательства» курс лекций, Махачкала.– 2011.
7. В.А. Ганский. Основы бизнеса и предпринимательства. Учебно-методический комплекс.- Новополюк. - 2011.
- 8.Е.К.Торосян.,Л.П.Сажнева.,Ж.Н.Зарубина.Основы предпринимательской деятельности. Учебное пособие. -СПб: Университет ИТМО, 2016. - 130 с.
9. Основы предпринимательства: учебное пособие / В.Ю. Буров. – Чита.: 2014. - 441 с.
10. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина. - М.- 2014.- 250 с.
11. Сборник задач и практических ситуации по дисциплине Основы предпринимательской деятельности.- Майкопский государственный технологический университет.- 2018.
12. А. Теплухин. Библия малого бизнеса. От идеи до прибыли.- Издательство: АСТ, 2010.- 320 с.

Интернет- ресурсы:

1. https://atameken.kz/files/edu_ru.pdf
2. <https://atameken.kz/ru/pages/1340-osnovy-predprinimatel-stva-v-shkolah-kolledzhah-vuzah-rk>
- 3.Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа <http://www.consultant.ru>
4. Справочно-правовая система «Гарант».- Режим доступа <http://www.aero.garant.ru>
5. https://www.e-biblio.ru/xbook/new/xbook344/index.html?go=part002*page.htm

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ГЛОССАРИЙ

Понятие	Пояснение понятия
Аккаунт	персональная страница пользователя или личный кабинет, который создается после регистрации в социальных сетях
Активный доход	стабильный доход, получаемый в результате определенной деятельности
Банкнота	денежный знак, изготовленный на основе бумаги из хлопка
Банковский депозит	сумма денег, переданная лицом банку с целью получить доход в виде процентов
Банковский кредит	денежная сумма, предоставляемая банком на определённый срок и на определённых условиях
Банкротство банка	неспособность кредитной организации отвечать по своим обязательствам
Бартер	договор, согласно которому происходит обмен товара на товар, услуги на товар или услуги на услугу без использования денег
Беззалоговый кредит	кредит, который банк выдает, основываясь только на своих выводах о платежеспособности тех, кто на них претендует
Бюджет	финансовый план, состоящий из доходов и расходов
Бюджетирование	планирование и разработка бюджетов
Валюта	деньги в обращении конкретного государства, которые определяют стоимость товаров и услуг
Видеохостинг	веб-сервис, позволяющий загружать и просматривать видео в браузере, например, через специальный проигрыватель
Воспитание	целенаправленное воздействие на человека со стороны общественных институтов с целью формирования у него определенных знаний, взглядов и убеждений, нравственных ценностей, политической ориентации, подготовки к жизни
Гибкие компетенции или мягкие компетенции	комплекс накопленных знаний и умений из совершенно разных областей науки, связанных с неспециализированным видом деятельности, умение комбинировать и эффективно применять

	данные знания для решения необходимых надпрофессиональных задач
Глобальное участие	изучение, реагирование и осмысление глобальных вызовов в местном, национальном и международном измерениях
Глобальные компетенции	сочетание знаний, умений, взглядов, отношений и ценностей, успешно применяемых при личном или виртуальном взаимодействии с людьми, которые принадлежат к другой культурной среде, и при участии отдельных лиц в решении местных, региональных, глобальных проблем
Гражданская позиция	система позитивных ценностных установок личности на государство, право, гражданское общество, на самого себя как активного гражданина, осуществляющего социально значимую деятельность, ориентированную на общественное благо
Гражданственность	личное качество, выраженное в глубоком осознании человеком своей принадлежности к обществу, в котором он живет, а также в осознании совокупности своих прав, обязанностей по отношению к обществу
Девальвация	снижение курса валюты одной страны по отношению к твердым валютам других государств
Деньги	всеобщий эквивалент, выступающий измерителем стоимости товаров или услуг
Дефицит бюджета	превышение расходов бюджета над его доходами
Доход	денежные средства или материальные ценности, полученные физическим лицом
Доход семьи	общая сумма денег, полученная всеми членами семьи за месяц
Заемщик	сторона кредитного соглашения, которая взяла средства в долг и обязалась вернуть их в установленный срок
Закон	нормативный акт (документ), принятый высшим органом государственной власти в установленном Конституцией порядке
Заработная плата	вознаграждение за труд или участие в работе
Иностранная валюта	денежные знаки в виде банкнот, казначейских билетов, монет, находящиеся в обращении и являющиеся законным платежным средством на территории соответствующего иностранного государства

Инфляция	устойчивый рост общего уровня цен на товары и услуги
Исследование	обучающиеся оказывают влияние на политику и практику, собирая информацию из различных источников, анализируя собранные данные и составляя отчет по важной теме (например, проведение экологической экспертизы, чтобы повлиять на влияние школы, помощь в изучении миграции животных, изучение наиболее эффективных методов сокращения мусора и т. д.)
Карманные деньги	текущие, ежедневные расходы лица (сумма на покрытие которых всегда должна быть в кармане)
Киберпреступления	преступная деятельность, целью которой является неправомерное использование компьютера, компьютерной сети или сетевого устройства
Киберпреступники	человек, который совершает киберпреступления, когда он / она использует компьютер либо как инструмент, либо как цель, либо, как и то и другое
Косвенная деятельность	обучающиеся не видят получателя услуг, однако то, что они делают, полезно для общества или окружающей среды (например, реорганизация веб-сайта организации, создание иллюстрированных книг для обучения языку, разведение рыб для восстановления потоков и т. д.)
Креативное мышление	способность неординарно воспринимать окружающий мир и генерировать новые оригинальные идеи.
Крупная покупка	покупка, которую невозможно совершить из дохода одного месяца, деньги на нее нужно копить
Личные расходы	расходы отдельного человека
Личный доход	доход физического лица
Личный проект	индивидуальный проект позволяет обучающемуся изучить интересующую, стимулирующую его сферу. Обучающиеся сами выбирают, что они хотят сделать, это может быть то, что им уже давно интересно, или новый интерес. Они сами определяют путь к достижению своей цели и создают свои собственные критерии успеха для продукта. Обучающиеся производят индивидуальный и творческий продукт и интегрируют полученные на курсе знания. Индивидуальный проект выполняет 1 ученик

Медиаграмотность	совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах медиа
Мессенджер	программа (приложение) для смартфона или персонального компьютера, позволяющая мгновенно обмениваться с друзьями
Монетизация	процесс, во время которого человеческие навыки, как продукт, позволяют владельцу извлекать прибыль
Мораль	правила нравственности, а также сама нравственность
Моральные принципы	набор нравственных правил, которые действуют для отдельного человека, группы лиц или общества в целом
Мотивация	побуждение к действию; психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность
Нетикет	культура поведения в интернет-сообществах
Обязательные личные расходы	расходы, без которых невозможно обойтись в повседневной жизни
Пассивный доход	деньги, которые регулярно поступают вам вне зависимости от вашего возраста, здоровья и работоспособности
Плагиат	умышленное присвоение авторства
Подкаст	аудио программы, сериалы или блоги, которые можно скачивать или слушать онлайн
Правонарушение	общественное деяние, причиняющее вред обществу, запрещенное законом и влекущее наказание
Предприниматель	человек, осуществляющий предпринимательскую деятельность
Проект служению обществу	общественный проект направлен на деятельность в обществе. Это побуждает обучающихся, наряду с обязанностями, исследовать свои права и участвовать в деятельности как деятельности в обществе. Проект позволяет учащимся развивать осознание потребностей общества и решать их через служебное обучение. Проект помогает взять на себя ответственность за то, чтобы вести ученика к деятельности, вовлекать его в исследование, чувствовать его личное понимание и развивать себя в обществе. Виды: прямое служение, косвенное служение, пропаганда,

	исследование. Можно сделать группой, классом, несколькими обучающимися
Прокрастинация	постоянное откладывание дел
Пропаганда	обучающиеся, общаясь, стремятся действовать по вопросам сообщества (например, начать информационную кампанию по борьбе с голодом в обществе, создать видеосъемку о водосберегающих решениях и т.д.)
Проступок	нарушение правил поведения; вызывающее поведение
Прямое служение	обучающиеся общаются с людьми, окружающей средой или животным (например, выращивают рассаду, посещают детский дом и т.д.)
Работник	физическое лицо, состоящее в трудовых отношениях с работодателем и непосредственно выполняющее работ
Работодатель	физическое или юридическое лицо, с которым работник состоит в трудовых отношениях
Ролевой проект / Ролевой / игровой проект	разработка и реализация ролевого проекта участниками воспроизводят различные социальные или деловые отношения через игровые ситуации. Результат проекта остается открытым до конца
Саморазвитие	постоянно работать над собой, самосовершенствоваться и вырабатывать личные качества
Семейный бюджет	план доходов, расходов и накоплений, описывающий возможности всех членов семьи в определённый период времени
Социальная ответственность	ответственность перед людьми и данными им обещаниями
Социальная сеть	онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми
Социальный проект	обучающиеся делают упор на общество и деятельность. Направленных на стимулирование изучения своих прав и обязанностей в обществе. Благодаря общественному проекту учащиеся узнают о потребностях в различных сообществах. Они развивают себя и получают возможность решать эти потребности через служебное обучение. Проект может быть выполнен индивидуально или в группах, состоящих максимум из трех учеников

Спонтанные покупки	незапланированное решение о покупке товара или услуги, принятое непосредственно перед покупкой
Стихийное бедствие	природное явление, носящее чрезвычайный характер и приводящее к нарушению нормальной деятельности населения, гибели людей, разрушению и уничтожению материальных ценностей
Стрессоустойчивость	совокупность качеств, позволяющих организму спокойно переносить действие стрессоров без вредных всплесков эмоций, влияющих на деятельность и на окружающих
Тайм-менеджмент	техники и методы для управления временем
Творческий проект	свободный и нетрадиционный подход для реализации творческого проекта и представления результатов
Финансовая пирамида	мошеннический проект, который имитирует выгодные инвестиции
Финансовая подушка безопасности	финансовый резерв одного человека или, например, семьи, который складывается благодаря регулярным отчислениям из дохода
Финансовые риски	иск, связанный с вероятностью потерь денежных средств
Форс-мажор	непредсказуемое событие или обстоятельство
Целевая аудитория	группа людей, которые вероятнее всего заинтересуются предложением и закажут конкретный товар или услугу
Цензура в социальных сетях	контроль и пресечение публикации или доступа к информации в сети Интернет
Этика	нормы поведения, мораль, совокупность нравственных правил среди членов какого-нибудь общества, какой-нибудь общественной группы, профессии
Юнит	серия уроков, направленных на исследование и исследовательские вопросы, которые позволяют достичь определённых целей

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ПРИМЕРЫ КРАТКОСРОЧНЫХ ПЛАНОВ ЗАНЯТИЙ

Тема «Введение в предпринимательство»

Раздел:	Основы предпринимательства и бизнеса	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Введение в предпринимательство	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо»;</p> <p>знать предмет, цели и задачи предпринимательства</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Познакомиться с понятиями «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо». • Узнать предмет, цели и задачи предпринимательства 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Начало урока 2 мин	Приветствие. Доброе утро, ребята! Я рад вас приветствовать и хочу поделиться с вами улыбкой. Улыбка, как и цветы - украшение нашего мира, залог хорошего настроения и эффективной работы. Поднимите руку те, кто считает себя инициативным человеком.	Обучающиеся отвечают на вопрос учителя.	Слайд №1
Этап подготовк и к	Теперь те, кто умеет и не боится рисковать А теперь те, кто всегда несёт		

<p>активному и сознательному усвоению материала</p>	<p>ответственность за свои решения. Я вижу, многие положительно отвечали на мои вопросы, а значит, в будущем, возможно, вы сможете реализовать себя в определённой деятельности? А какой? Это и будет темой нашего урока. Тема урока: «Предпринимательство».</p>		<p>Тема урока «Введение в предпринимательство»</p>
<p><i>работа в парах</i> 3 мин.</p>	<p><i>Задание 1</i> Дайте и запишите определение к слову «предпринимательство», опираясь на ваши личные знания. На работу отводится 2 минуты</p> <p>Итак, ребята Предпринимательство представляет самостоятельную инициативную деятельность граждан, осуществляющих ее от своего имени, под свою имущественную ответственность; производственную или иную деятельность с целью получения <i>прибыли</i> или личного <i>дохода</i>. Таких людей называют <i>индивидуальными предпринимателями</i>. Понятия предприниматель, предпринимательство впервые использовал английский экономист, банкир, демограф Ричард Кантильон (1680-1734) Предпринимательство, бизнес – важнейший атрибут рыночной экономики, пронизывающий все её институты. Предпринимательство, бизнес – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.</p>	<p>Предпринимательство – (продажа, магазин, прибыль) Обучающиеся прочитывают свои определения</p> <p>Обучающиеся слушают учителя</p>	<p>Слайд №2 определены понятие «Предпринимательство»</p> <p>Слайд №3 (фото английский экономист, кир)</p>

	Эффективность предпринимательской деятельности оцениваться размерами полученной прибыли.		
5 мин.	<p>-Как вы думаете, ребята, может ли быть предпринимателем любой человек? Аргументируйте свои мысли</p> <p>Можете ли вы быть предпринимателями? Предлагаю провести тест для выявления предрасположенности у вас к предпринимательской деятельности. На вопросы теста нужно отвечать «Да» или «Нет».</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Я бы рискнул начать собственное дело, нежели работать на кого-то ещё. 2. Я никогда не пойду на такую работу, где много поездок. 3. Если бы я стал играть, то никогда бы не делал малых ставок. 4. Мне нравится улучшать свою жизнь с помощью идей. 5. Никогда не брошу работу, не будучи уверенным, что есть другая. 6. Я не склонен пойти на риск, чтобы расширить свой кругозор. 7. Зная, что какое-то конкретное дело может кончиться неудачей, я не стал бы вкладывать в него средства, даже зная, что доход может оказаться очень велик. 8. Хотел бы испытывать в жизни как можно больше. 9. Не ощущаю в себе особой 	<p>Обучающиеся аргументируют свои мысли (прописать в качестве примера 1-2 аргумента)</p> <p>Обучающиеся проходят тест. Прослушивают</p>	

	<p>потребности в возбуждающих событиях.</p> <p>10. Я не обладаю большой энергией.</p> <p>11. Я могу без труда порождать множество прибыльных идей.</p> <p>12. Я бы никогда не стал спорить на сумму, которой в данный момент не располагаю.</p> <p>13. Мне нравится предлагать новые идеи или концепции, когда реакция на них непредсказуема или неясна.</p> <p>14. Я готов участвовать лишь в таких сделках, которые достаточно ясны и определены.</p> <p>15. Менее надёжная работа с большим доходом меня привлекает меньше, чем более надёжная работа со средним доходом.</p> <p>16. По характеру я не очень независим.</p> <p>Ключ: «Да» - 1 балл: 1, 3, 4, 8, 11, 13, 15. «Нет» - 1 балл: 2, 5, 6, 7, 9, 10, 12, 14, 16. Если сумма баллов больше 13, то вы располагаете склонностью к предпринимательской деятельности.</p>		
	<p>Итак, мы выяснили свои склонности к предпринимательской деятельности. Как вы думаете, кто такой предприниматель? Какое определение мы можем дать данному слову.</p> <p>Предприниматель - это...</p> <p>Чем занимается предприниматель?</p> <p>С каким видом деятельности у вас ассоциируется предпринимательство?</p> <p>Можно ли предпринимателя назвать бизнесменом? Обоснуйте свой ответ.</p>	<p>Обучающиеся дают возможные варианты ответов</p>	

<p>Работа в группах 15 минут</p>	<p>Каждой группе необходимо создать фирму в нашем селе, учитывая спрос населения. По истечению 15 минут презентовать свою фирму. Доказать о рентабельности фирмы и убедить одноклассников в том, что фирма в нашем селе необходима. При выполнении задания пользуйтесь памяткой для создания фирмы, а также помните, что основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли и удовлетворение потребностей общества.</p> <p><i>Памятка для создания фирмы.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основная направленность деятельности (что будете производить?). 2. Средства на открытие предприятия. 3. Название предприятия. 4. Место расположения вашего предприятия в поселке. 5. Рекламная компания по продвижению своего товара (виды рекламы). 6. Правовая форма предприятия (индивидуальное предпринимательство, партнерство, корпорация). 7. Основной потребитель вашего товара (для кого производить?). <p>Свою презентацию оформите на ватмане</p>	<p>Класс делится на 3 группы</p>	
<p>10 минут</p>	<p>Для презентации каждой группе дается 3 минуты. Представители других групп могут задавать по 2 вопроса.</p> <p>Оцените группы по шкале экспертных оценок:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5- поддерживаю безусловно; 4 – поддерживаю в значительной мере; 3 - поддерживаю минимально; 	<p>Примерные вопросы: Почему вы выбрали именно это предприятие?</p>	

	<p>2 – совсем не поддерживаю.</p> <table border="1" data-bbox="395 277 970 792"> <thead> <tr> <th data-bbox="395 277 485 658">№ бизнес-идеи (группы)</th> <th data-bbox="485 277 596 658">Необходимость в микроэкономике</th> <th data-bbox="596 277 708 658">Учет всех необходимых ресурсов</th> <th data-bbox="708 277 820 658">Реальность осуществления</th> <th data-bbox="820 277 900 658">Проблемность</th> <th data-bbox="900 277 970 658">Итоговый балл</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="395 658 485 703">1</td> <td data-bbox="485 658 596 703"></td> <td data-bbox="596 658 708 703"></td> <td data-bbox="708 658 820 703"></td> <td data-bbox="820 658 900 703"></td> <td data-bbox="900 658 970 703"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 703 485 748">2</td> <td data-bbox="485 703 596 748"></td> <td data-bbox="596 703 708 748"></td> <td data-bbox="708 703 820 748"></td> <td data-bbox="820 703 900 748"></td> <td data-bbox="900 703 970 748"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 748 485 792">3</td> <td data-bbox="485 748 596 792"></td> <td data-bbox="596 748 708 792"></td> <td data-bbox="708 748 820 792"></td> <td data-bbox="820 748 900 792"></td> <td data-bbox="900 748 970 792"></td> </tr> </tbody> </table> <p>Подсчет баллов. Подведение итогов работы групп. Выявление самых успешных проектов. Почему данное предприятие набрало наибольшее количество баллов? (Обсуждение, выводы)</p>	№ бизнес-идеи (группы)	Необходимость в микроэкономике	Учет всех необходимых ресурсов	Реальность осуществления	Проблемность	Итоговый балл	1						2						3						<p>Это сфера услуг или промышленное предприятие? Почему не открыли производство чего-либо? (нет быстрой прибыли, не выгодно, информационное общество способствует производству услуг и т. д.) Почему не открыли магазин розничной торговли? (Конкуренция)</p>	
№ бизнес-идеи (группы)	Необходимость в микроэкономике	Учет всех необходимых ресурсов	Реальность осуществления	Проблемность	Итоговый балл																						
1																											
2																											
3																											
<p>подведение итогов урока 6 минут</p>	<p>Т Е С Т 1. Ключевые слова определяющие «предпринимательство» А) инновации Б) конкуренция В) инициативность Г) риск Д) платежоспособность</p>																										

	<p>2. Дополните ответ Предпринимательство – это самостоятельная, инициативная деятельность физических и юридических лиц, для которой характерны _____ _____, ответственность, инновации с целью получения прибыли.</p> <p>3. Укажите объекты предпринимательской деятельности в зависимости от видов предпринимательства:</p> <p>1. производственное А. купля-продажа _____ товаров</p> <p>2. финансовое Б. страхование сделок</p> <p>3. коммерческое В. преобразование ресурсов в общественно-_____ полезный продукт</p> <p>4. Укажите три основные группы навыков, необходимые предпринимателю:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ технологические ✓ концептуальные ✓ позитивные ✓ экономические ✓ коммуникативные <p>5. Дополните ответ: <i>Предпринимательская идея</i> – это _____ _____ присущего потребителю желания иметь товары и услуги определенного качества и ассортимента.</p> <p>6. Отметьте источники формирования предпринимательских идей:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ достижения науки и техники ✓ товарный рынок ✓ конкуренция 		
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ географические и структурные «разрывы» ✓ фондовые биржи <p>7. Укажите, какие сферы предпринимательства являются наиболее предпочтительными в настоящее время:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ оказание деловых услуг ✓ строительство дорог ✓ торговля потребительскими товарами ✓ службы автосервиса ✓ общественное питание <p>8. Предпринимательство – это самостоятельная, инициативная деятельность физических и юридических лиц, осуществляемая с целью:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ получения прибыли ✓ помощи нуждающимся ✓ удовлетворения амбиций <p>9. Предприятия классифицируются по виду и характеру деятельности на:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ иностранные, национальные, совместные предприятия ✓ предприятия производственной и непроизводственной сферы ✓ производственные кооперативы, унитарные предприятия, акционерные общества. 		
4 минуты	Рефлексия Синквейн по теме урока		

Приложение 1

Словарь

Предпринимательство - экономическая деятельность, которая осуществляется физическими и юридическими лицами и имеет целью получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции или услуг при эффективном использовании ресурсов.

Предприниматель - человек, готовый проявлять инициативу, он склонен к разумному риску, готов соединить производственные ресурсы. Идет на риск создания и управления предприятиями, внедряет новаторские идеи и технологии, берет на себя ответственность за хозяйственные решения, вкладывает способности, силы и средства с целью получить прибыль при сочетании личной выгоды с общественной пользой.

Предприятие - это самостоятельно хозяйствующий субъект, созданный в соответствии с действующим законодательством для производства продукции, выполнения работ или оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. После госрегистрации предприятие признается юридическим лицом и может участвовать в хозяйственном обороте.

Прибыль - конечный финансовый результат предпринимательской деятельности. Вычисляется как разница между общими доходами и общими расходами. Учет прибыли позволяет установить, насколько эффективно ведется хозяйственность.

Деловая этика – система норм поведения и моральных ценностей, специфических знаний и навыков, вырабатываемых, накапливаемых и воспроизводимых в процессе хозяйственной деятельности, - представляет важнейший элемент эконо культуры.

Предпринимательская этика - одна из сложных проблем формирования культуры цивилизованного предпринимательства, так как этика вообще — это учение и практика поведения индивидуумов (граждан) в соответствии с идеями о должном, о добре и зле, в виде идеалов, моральных принципов и норм поведения. Это учение о назначении человека, о смысле его жизни. Это система моральных и нравственных норм, включая общеобязательные правила поведения людей.

Бизнес – это деятельность человека или группы людей, связанная с производством, продажей или покупкой товаров и услуг. Бизнес – экономическая деятельность, направленная на получение прибыли.

Стремление к прибыли – основной мотив его деятельности.

Прибыль – обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности, одна из основных экономических категорий; представляет собой излишек от выручки от продажи товара над затратами на их производство и реализацию.

Выручка– совокупность денежных средств, которые получены за реализованные товары, услуги или продукцию предпринимателем.

Производство- процесс создания материальных жизненных благ - продуктов (изделий, энергии и услуг), необходимых для существования и развития человеческого общества.

Риск — сочетание вероятности и последствий наступления неблагоприятных событий.

Реализация- продажа товаров или имущества, превращение их в деньги.

Приложение 2

Памятка для создания фирмы.

1. Основная направленность деятельности (что будете производить?).
 2. Средства на открытие предприятия.
 3. Название предприятия.
 4. Место расположения вашего предприятия в поселке.
 5. Рекламная компания по продвижению своего товара (виды рекламы).
 6. Правовая форма предприятия (индивидуальное предпринимательство, партнерство, корпорация).
 7. Основной потребитель вашего товара (для кого производить?).
- Свою презентацию оформите на ватмане.

Приложение 3

Т Е С Т

1. Ключевые слова определяющие «предпринимательство»

- А) инновации
- Б) конкуренция
- В) инициативность
- Г) риск
- Д) платежеспособность

2. Дополните ответ

Предпринимательство – это самостоятельная, инициативная деятельность физических и юридических лиц, для которой характерны _____, ответственность, инновации с целью получения прибыли.

3. Укажите объекты предпринимательской деятельности в зависимости от видов предпринимательства:

- | | |
|---------------------|---|
| 1. производственное | А. купля-продажа товаров |
| 2. финансовое | Б. страхование сделок |
| 3. коммерческое | В. преобразование ресурсов в общественно-полезный продукт |

4. Укажите три основные группы навыков, необходимые предпринимателю:

- технологические
- концептуальные
- позитивные
- экономические
- коммуникативные

5. Дополните ответ:

Предпринимательская идея – это _____
присущего потребителю желания иметь товары и услуги определенного качества и ассортимента.

6. Отметьте источники формирования предпринимательских идей:

- ✓ достижения науки и техники
- ✓ товарный рынок
- ✓ конкуренция
- ✓ географические и структурные «разрывы»
- ✓ фондовые биржи

7. Укажите, какие сферы предпринимательства являются наиболее предпочтительными в настоящее время:

- ✓ оказание деловых услуг
- ✓ строительство дорог
- ✓ торговля потребительскими товарами
- ✓ службы автосервиса
- ✓ общественное питание

8. Предпринимательство – это самостоятельная, инициативная деятельность физических и юридических лиц, осуществляемая с целью:

- ✓ получения прибыли
- ✓ помощи нуждающимся
- ✓ удовлетворения амбиций

9. Предприятия классифицируются по виду и характеру деятельности на:

- ✓ иностранные, национальные, совместные предприятия
- ✓ предприятия производственной и непроизводственной сферы
- ✓ производственные кооперативы, унитарные предприятия, акционерные общества.

Используемая литература

1. Алейников А.Н. Предпринимательская деятельность: Учеб.-практ. пособие / А.Н.Алейников. – М.: Новое знание, 2003. (7,37,47)
2. <https://urok.1sept.ru/articles/609589?ysclid=lgz568jpi2250608371>

3. https://urok.pf/library/urok_predprinimatelstvo_kak_vid_deyatelnosti_131857.html?ysclid=lgz0iyx5g9647541682
4. <https://uchitelya.com/obschestvoznание/25421-konspekt-uroka-predprinimatelstvo-predprinimateli-6-klass.html>

Тема «Механизм функционирования рынка»

Раздел:	Основы предпринимательства	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока:	Механизм функционирования рынка	
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	Понимать основные механизмы функционирования рынка. Знать законы и правила рыночных отношений. Уметь интерпретировать полученные знания. Применять полученные знания на практике.	
Цели урока:	понимать законы спроса и предложения; знать факторы, влияющие на спрос и предложения	

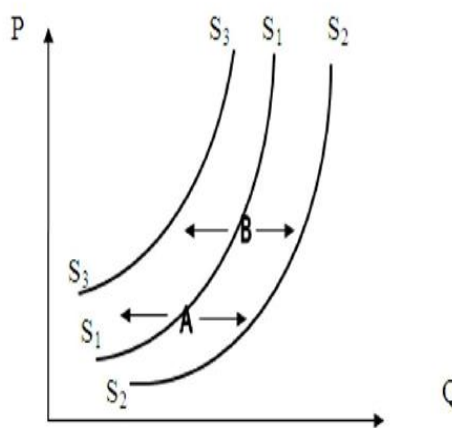
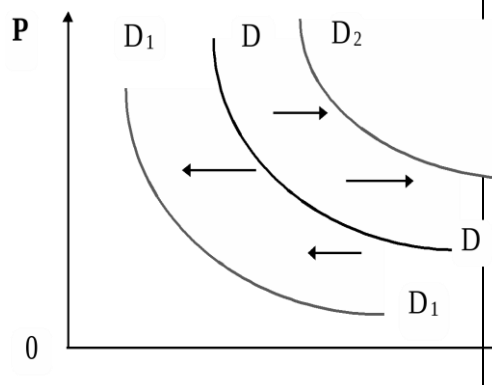
Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Начало урока 5 мин Этап подготовки к активному и сознательно	Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе. Учитель для психологического настроения в классе проводит упражнение «Волшебная поляна»	Дети приветствуют учителя. Обучающиеся прикрепляют цветок там, где им понравится	

<p>му усвоению материала</p>	<p>(Предварительно надо вырезать цветы разного цвета).</p> <p><u>Учитель:</u> «На улице осень, отцвели цветы, осыпались листья, и настроение стало осенним. Все эти цветы (показывает на вырезанные цветы) раньше росли на большой солнечной поляне. Представьте, что наш класс и есть волшебная солнечная поляна. Чтобы развеять осеннюю тоску и добавить нам на урок летнего настроения, давайте прикрепим цветок там, где вам понравится (к цветку на край приклеен маленький кусочек скотча с выдвинутым концом, за него и приклеим).</p> <p>Посмотрите – в кабинете стало теплее и веселее, потому что зацвели цветы, а с ними и ваши лица. Пусть так и будет всегда! Будьте всегда цветущими, с хорошим настроением.</p>		
<p>5 минут</p>	<p><i>Задание 1</i></p> <p>Дайте и запишите определение к слову «спрос», опираясь на ваши личные знания</p> <p>Итак, ребята, Спрос – это экономическая категория, отражающая желание и возможность потребителей купить какое-либо количество товара по</p>	<p>Обучающиеся приводят примеры «спроса»</p>	<p>Слайд №1 Тема урока «Механизм функционирования рынка»</p>

определенной цене в определенное время.
 Обсудите, что значат точки на этих кривых. Объясните, что ось Q на первом рисунке показывает объём спроса, а ось P — цену на товар.
 Возьмите точку D и проследите, как меняются её абсцисса и ордината при сдвиге кривой спроса. Чем выше цена на товар (то есть чем выше находится точка на оси P), тем меньше объём спроса (положение на оси Q относительно 0).
 Прodelайте аналогичную работу с рисунком 2 для кривой предложения.

Обучающиеся работают с рисунком №1,2



Слайд №2 определения понятия «Кривая спроса»

<p>5 минут</p>	<p align="center">Работа с упражнениями по учебнику.</p> <p align="center">Задание 1</p> <p>Приведите пример, какие товары можно отнести к товарам «повседневного спроса» и какие к товарам «роскоши»? И как это отразится на объём спроса покупателей при изменении дохода?</p> <p><i>При ответе на это задание вспомните ещё раз эффект Гриффена для товаров повседневного спроса, при котором увеличение цены на товар ведёт не к понижению величины спроса, как это можно было бы ожидать, а к увеличению. Среди товаров повседневного спроса можно назвать хлеб, макаронные изделия, крупы, мыло и т. д. К товарам роскоши можно отнести технику, дорогую одежду, шоколад, конфеты и т. д. Если стоимость шоколада возрастёт, потребители начнут покупать его меньше, то есть объём спроса снизится. Если же вырастет цена на крупы, объём спроса не уменьшится, просто потребителям придётся отказаться от покупки товаров роскоши, которые они могли позволить себе ранее.</i></p>	<p>Обучающиеся аргументируют свои мысли</p>	<p>Слайд № 3 (фото английского экономиста Роберта Гиффена)</p>
----------------	---	---	--

5 минут	<p align="center">Задание 2</p> <p>Подумайте, как может повлиять государственная поддержка и стимулирование предпринимательства на объём выпуска продукции и поступления налогов в бюджет?</p> <p>Чем выше налоги на производство, тем меньше у производителей средств, которые они могут использовать на его расширение.</p> <p>Соответственно, государственная поддержка и стимулирование предпринимательства приведут к высвобождению средств, которые могут быть использованы. Объём выпуска продукции (предложение) вырастет, что приведёт к увеличению налогов в бюджет в последующем</p>	Обучающиеся приводят примеры поддержки предпринимательства государством на примере нашего села	
10 минут	<p align="center">Задание 3</p> <p>Как отразится уменьшение тарифов сотовых операторов «К-Cell» и «Tele-2» на объём спроса на других сотовых операторов на рынке?</p> <p>Напомните ученикам о том, что такое взаимозаменяемые товары. В данном случае услуги разных операторов сотовой связи также являются взаимозаменяемыми, так как они предоставляют своим пользователям однотипный продукт. Соответственно,</p>	Обучающиеся приводят примеры	

	<p>при прочих равных условиях изменение тарифов сотовых операторов «K-Cell» и «Tele-2» приведёт к уменьшению спроса на услуги других сотовых операторов.</p> <p>Вы можете продолжить обсуждение, спросив, почему изменения цен тарифов отдельных операторов, которые происходят достаточно регулярно, не меняют кардинально картину на рынке сотовой связи. Возможными вариантами ответов станут привычка пользователей;</p> <p>дополнительные сервисы (например, возможность оплачивать проезд в городском транспорте с помощью баланса сотового телефона); региональные предпочтения — в каких-то регионах страны большинство пользователей предпочитают одного оператора, а в других — другого; качество связи (в каких-то регионах один оператор работает лучше, чем другой) и т. д.</p>		
5 минут	Тест (приложение № 1)	Обучающиеся отвечают на тесты	
5 минут	«Сегодня мы поняли, что по закону спроса существует обратная зависимость между ценой товара и объемом спроса, т.е. если цена на товар повышается, то объем		

	спроса на этот товар снижается и наоборот, а по закону предложения существует прямая зависимость, т.е. если цена на товар повышается, то соответственно и объем предложения увеличиться. Также мы узнали, что кроме цены на объем спроса и предложения влияют неценовые факторы, которые приводят к сдвигам кривых спроса и предложения		
5 минут	рефлексия Продолжите фразу: «Сегодня я узнал(а)...»; «Я научился(лась)...»; «У меня получилось...»; «Было трудно...»; «Я бы смог(ла) ...»; «Я понял(а), что...»; «Я попробую...»; «Я теперь могу...»; «Меня удивило...»; «Мне захотелось...»; «Было интересно...».		

Используемая литература

Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co).

Видеоролик «Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение»:
<https://youtu.be/pOLltBIFgiU>

Приложение 1

Спрос это - ...

1. Количество товаров, которое желают реализовать продавцы по каждой из возможных цен за определенный период времени
2. Количество товаров, которое желают приобрести покупатели по

- каждой из возможных цен за определенный период времени +
3. Количество товаров, которое желают приобрести покупатели по какой-либо цене за определенный период времени
 4. Количество товаров, которое желают реализовать продавцы по какой-либо цене за определенный период времени

Предложение это -

1. Количество товаров, которое желают реализовать продавцы по каждой из возможных цен за определенный период времени +
2. Количество товаров, которое желают приобрести покупатели по каждой из возможных цен за определенный период времени
3. Количество товаров, которое желают приобрести покупатели по определенной цене за определенный период времени
4. Количество товаров, которое желают реализовать продавцы по определенной цене за определенный период времени

Величина спроса это - ...

1. Количество товаров, которое желают приобрести покупатели по каждой из возможных цен за определенный период времени
2. Количество товаров, которое желают и имеют возможность приобрести покупатели по определенной цене за определенный период времени +
3. Количество товаров, которое желают реализовать продавцы по каждой из возможных цен за определенный период времени

Какие из перечисленных факторов не влияют на спрос?

1. Цены на ресурсы +
2. Цены на товары-дополнители
3. Потребительские ожидания
4. Число потребителей на рынке

Какие из перечисленных факторов не влияют на предложение ?

1. Уровень налогообложения
2. Дотации
3. Цены на ресурсы
4. Уровень доходов населения +

Если цена на баранину увеличится, то спрос на говядину

...

1. Уменьшится
2. Увеличится +
3. Не изменится
4. Недостаточно данных для ответа

Равновесная цена — это цена, при которой ...

1. величина спроса равна величине предложения +
2. спрос равен предложению

3. наблюдается избыток товара

4. Нет правильного ответа

Ситуация, при которой величина спроса превышает величину предложения называется ...

1. Избыток товаров

2. Дефицит товаров +

3. Перепроизводство

4. Нет правильного ответа

Ситуация, при которой величина предложения превышает величину спроса называется ...

1. Избыток товаров +

2. Дефицит товаров

3. Перепроизводство

4. Нет правильного ответа

При введении нового налога на товар

1. спрос на него увеличивается

2. величина спроса на этот товар уменьшается

3. величина предложения уменьшается

4. предложение данного товара уменьшается +

Тема «Рыночное равновесие»

Раздел:	Основы предпринимательства и бизнеса	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока:	Рыночное равновесие	
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	Понимать условия достижения рыночного равновесия. Знать об условиях рыночного равновесия. Уметь высказывать собственную позицию по отношению к условиям рыночного равновесия. Применять предметную терминологию в ходе формулирования ответов на вопросы задания.	
Цели урока:	Познакриться с законами формирования рыночного равновесия, дефицита и избытка; Посмотреть эластичность спроса и предложения как процесса адаптации рынка к изменению основных факторов.	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Начало урока 3 минуты	Приветствие. учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе. Игра « Дерево достижений ».	Дети приветствуют учителя.	
Этап подготовки к активному и сознательному усвоению материала 2 минуты	Здравствуйте, ребята! Рад видеть вас всех здоровыми, с хорошим настроением! Ребята, обратите внимание на наше одинокое дерево (на доске прикреплено дерево без листьев). У каждого из вас есть листочки разного цвета (лежат на парте). Я попрошу вас взять один из них (любого цвета) и помочь нашему дереву покрыться разноцветной листвой. После того, как ребята прикрепили листочки: - Тех кто выбрал зеленый лист, ожидает успех на сегодняшнем занятии. Красный лист - желают общаться. Желтый лист – проявят активность. Синий – будут настойчивы.		Ватман, фламастеры Слайд №1 Тема урока «Рыночное равновесие »

	<p>Дерево покрылось листвой, с помощью вас оно окрасилось в разные цвета.</p> <p>Красота дерева завесила от вас, ваших стремлений и ожиданий.</p> <p>А красота выполненной работы сегодня на уроке будет зависеть от вас?</p> <p>Надеюсь, что вы приложите максимум старания, фантазии при выполнении работы.</p> <p>Определение цели и темы урока</p> <p>Содержание урока: на уроке ученики продолжают рассматривать закон спроса и предложения, познакомятся с понятием рыночного равновесия, равновесной цены и равновесного объёма. Узнают, что значат понятия дефицита и избытка с экономической точки зрения. Смогут применить их при определении рыночной и плановой экономики. Также они познакомятся с эластичностью спроса и предложения и научатся определять её самостоятельно.</p>		
--	---	--	--

7 минут	<p>Рыночное равновесие – это такая ситуация на рынке, когда спрос и предложение равны между собой</p> <p>Задание 1 Ответьте на вопрос: Почему в рыночной экономике потребитель является своего рода «повелителем», который приказывает производить те блага, в которых он нуждается?</p> <p><i>Ответ</i> Поскольку прибыльность бизнеса зависит от того, готовы ли потребитель платить за ту или иную услугу или товар, он делает своего рода «заказ» производителям. Чем выше спрос, тем выше становится предложение в ответ на этот спрос. Продавец при этом может только сформировать предложение, но если покупатель останется недоволен продуктом или услугой, то бизнес останется неуспешным.</p>	<p>Ответы обучающихся</p> <p>Обучающиеся приводят примеры</p>	Слайд №2 определени е понятию «Рыночное равновесие»
7 минут	<p>Задание 2 Попробуйте ответить на вопрос «Почему предложение у</p>	<p>Обучающиеся аргументируют свои мысли</p>	

	<p>промышленных товаров (спиннеры, новые модели телефонов, мебель, одежда) более эластично, чем у сельскохозяйственных продуктов (яблоки, персики, виноград и т. д.)?».</p> <p>Ответ: <i>Решающую роль в эластичности предложения имеет количество времени, имеющегося в распоряжении производителей, для того чтобы отреагировать на изменение цены товара. Поэтому в работе производителей различают следующие периоды:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> — <i>текущий период — это период, в течение которого производитель не имеет возможности приспособиться к уровню изменения цен;</i> — <i>краткосрочный период — это период, в течение которого производители не успевают в полном объёме отреагировать на изменение цен. Следовательно, не успевают изменить производственные мощности;</i> 		
--	---	--	--

	<p>— <i>долгосрочный период</i> — <i>характеризуется достаточным временем, для того чтобы производитель полностью приспособился к изменению цен.</i></p> <p><i>В случае промышленных товаров производителю легко приспособиться к изменению цен: ему достаточно будет нанять больше рабочих и загрузить больше станков для производства. Для сельскохозяйственной продукции нужно гораздо больше времени, чтобы посеять, вырастить и собрать необходимый урожай.</i></p>		
7 минут	<p>Задание 3 Распределите указанные товары между двумя категориями: «товары с эластичным спросом по цене» и «товары с неэластичным спросом по цене». Обоснуйте свой ответ.</p> <p>Картофель, компьютер, хозяйственное мыло, сотовая связь, шоколад, услуги косметолога, галстук, школьная форма, карандаши.</p>	Обучающиеся дают возможные варианты ответов	

	<p><i>Ответ</i></p> <p><i>Товары с эластичным спросом по цене: компьютер, шоколад, услуги косметолога, галстук.</i></p> <p><i>Товары с неэластичным спросом по цене: картофель, хозяйственное мыло, сотовая связь, школьная форма, карандаши.</i></p> <p><i>Это значит, что, при небольшом изменении цены на товары первой группы спрос на них изменится незначительно, так как эти предметы не являются предметами первой необходимости. При изменении цены на товары второй группы спрос на них также изменится.</i></p>		
5 минут	<p>Задаю вопросы ученикам:</p> <p>Для чего необходимо рыночное равновесие в жизни?</p> <p>К чему может привести нарушение рыночного равновесия? Приведите три примера.</p> <p>Пример: Повышение таможенных пошлин может вызвать уменьшение предложения импортных товаров, а рост доходов населения – одновременное</p>	Обучающиеся приводят примеры	

	увеличение спроса на них.		
5 минут	Тесты		
4 минуты	<p>«Чемодан, мясорубка, корзина»</p>  <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем</p> <p>Мясорубка – информация переработаю</p> <p>Корзина – все выброшу</p> <p>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</p>		

Используемая литература

Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 10- класс/
Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с

Видео «Рыночное равновесие»: <https://youtu.be/ejwMEoA9-gY>

Приложение 1

1. Каждый из нас является создателем спроса на определенные товары. Если, придя в магазин, вы не смогли оплатить полную цену товара при покупке, означает ли это, что спрос на данный товар упал?

1. да, спрос упал
2. да, спрос упал, при условии, что товар не продан в кредит
3. спрос не упал, т.к. он не зависит от каждой отдельной покупки
4. спрос не упал, т.к. известно, что товар продали.

2. Кроссовки стали носить не только как спортивную, но и как повседневную обувь. Как этот факт отреагировали производители кроссовок?

1. увеличили цены на кроссовки

2. снизили цены на кроссовки
3. увеличили производство и предложение кроссовок
4. сократили производство и предложение кроссовок

3. Спрос на какой-либо товар определяется тем...

1. сколько данного продукта есть на рынке по любым ценам
2. сколько покупатели хотят и могут купить по предлагаемым ценам
3. сколько покупатели хотят купить, независимо от того, могут ли они это сделать или нет
4. сколько покупатели могут позволить себе купить

4. Фермеры хотят продавать свои продукты по высокой цене. Домохозяйки хотят покупать продукты по низким ценам. В рыночной экономике этот конфликт разрешается с помощью...

1. конкуренции
2. правительства
3. деловых кругов
4. избирателей

5. Согласно закону спроса при прочих равных условиях

- 1) по низкой цене удастся продать товаров больше, чем по высокой
- 2) при высокой цене удастся продать столько же товаров, сколько и при низкой
- 3) количество проданных товаров зависит не столько от цены, сколько от их качества
- 4) при низкой цене удастся продать товаров меньше, чем при высокой

6. Признаком рыночной экономики, отличающей ее от других экономических систем, является

- 1) стремление повысить эффективность использования ресурсов
- 2) соблюдение трудового законодательства
- 3) ориентирование производителя на потребительский спрос
- 4) директивно устанавливаемые цены на основные продукты

7. Количество проданного товара возрастет, если спрос

- 1) останется неизменным, а предложение сократится
- 2) уменьшится, а предложение останется неизменным
- 3) сократится и предложение сократится
- 4) возрастет, а предложение останется неизменным

Тема « Навыки успешного предпринимателя»

Раздел:	Основы предпринимательства	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока:	Навыки успешного предпринимателя	
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	<p>Понимают, какие навыки необходимы для успешной предпринимательской деятельности.</p> <p>Знают, как сформировать навыки успешного предпринимателя.</p> <p>Умеют анализировать навыки успешного предпринимателя.</p> <p>Применяют полученные знания в ходе ответов на вопросы заданий урока.</p>	
Цели урока:	<p>способствовать формированию знаний по предпринимательству и навыков предпринимательской деятельности, формирование и закрепление у учащихся начальных знаний о предпринимательстве</p>	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Начало урока 2 минуты Этап подготовки к активному и сознательному усвоению материала	<p>Приветствие.</p> <p>Психологический настрой «Все в твоих руках».</p> <p><i>Притча.</i> «Жил мудрец, который знал все. Один человек захотел доказать, что мудрец знает не все. Зажав в ладонях бабочку, он спросил: «Скажи, мудрец, какая бабочка у меня в руках: мертвая или живая?» А сам думает: «Скажет живая – я ее умертвлю, скажет мертвая – выпущу». Мудрец, подумав, ответил: «Все в твоих руках».</p>	Дети приветствуют учителя.	

<p>10 минут.</p>	<p>Миллионы юношей и девушек, окончивая школу, пытаются найти свой жизненный путь. К сожалению, не всем удаётся достичь желаемых успехов. Одна из причин заключается в том, что профессиональные, личные и жизненные планы не всегда хорошо продуманы, составлены без учёта своих способностей и возможных препятствий. Сегодня попробуем разобраться в этих вопросах. Тема нашего занятия звучит так: «Навыки успешного предпринимателя».</p> <p>Обратите внимание на эпиграф к уроку. Джеймс Уотсон когда-то сказал: «Бизнес – это игра, величайшая игра в мире – если вы знаете, как в неё играть». Как вы понимаете данные слова? Кто участники этой игры? Бесспорно, главная роль здесь отводится предпринимателям. Предпринимательская деятельность была и остается привлекательной для современной молодежи, поскольку ассоциируется с экономической свободой, возможностью самостоятельно принимать деловые решения, достичь личного успеха и материального благосостояния. Однако на предпринимателя нельзя выучиться в вузе, и нет такой специальности – «успешный бизнесмен». Как вы думаете, любой ли человек может</p>	<p>Обучающиеся высказывают свои мнения</p> <p>Обучающиеся высказывают свои мнения</p>	<p>Слайд №1 Тема урока «Навыки успешного предпринимателя»</p> <p>Слайд №2 (фото Джеймса Уотсона)</p>
------------------	---	--	---

	<p>достичь успеха в предпринимательской деятельности?</p> <p>Почему? Верно, для того чтобы стать предпринимателем, человек должен обладать определёнными качествами, а какими и обладаете ли вы ими, мы попробуем разобраться на нашем занятии.</p>		
5 минут	<p>Ребята, назовите предпринимателей вашего населенного пункта. Что вы можете рассказать об их деятельности? Как вы думаете, стали ли они успешными? Что помогло им добиться успеха?</p> <p>Мы с вами имели возможность познакомиться с предпринимателями вашего населенного пункта. Мы видим, что любой бизнес начинается с идеи. Люди выбирают вид деятельности, который нужен, будет востребован и только тогда он принесёт прибыль, и предпринимательская деятельность будет успешна. Но совершенно очевидно, что одной идеи недостаточно. Люди должны обладать определёнными качествами.</p>	(ответы обучающихся)	
8 минут	<p>Задаю вопрос какие качества присущи успешному бизнесмену?</p> <p>Успеха в бизнесе обычно добиваются те, кто одержим идеей, уверен в себе, способен</p>	Обучающиеся отвечают на вопрос	

<p>5 мин</p>	<p>подобрать нужную команду, коммуникабелен.</p> <p>Современному предпринимателю присущи следующие черты:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Целеустремленность • безграничная вера в свой продукт или вид услуг • изобретательность • упорство и настойчивость в достижении поставленной цели • нацеленность на успех и получение прибыли • понимание своих сильных и слабых сторон • готовность начать всё с самого начала • аналитический склад ума • полная уверенность в своем бизнесе • способность своим примером увлечь за собой других • практичность • внимание к деталям и незначительным нюансам в бизнесе • стремление постоянно развивать своё дело • готовность пойти на риск • отсутствие страха перед трудностями <p>Среди личностных качеств можно выделить шесть наиболее важных:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самостоятельность • амбициозность • настойчивость 	<p>Обучающиеся записывают в тетрадь</p>	
--------------	---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • трудолюбие • стойкость • ответственность <p>Психогимнастика «Птенец» (с элементами дыхательной гимнастики)</p> <p>Чтобы обладать устойчивой психикой, крепкой выдержкой, умением держать себя в руках в любой ситуации, не показывать своих эмоций, предприниматель должен заниматься психогимнастикой. Представьте, что у вас в руках маленький беспомощный птенец. Вытяните руки ладонями вверх. А теперь согрейте его, медленно по одному пальцу сложите ладони, спрячьте в них птенца, подышите на него, своим ровным спокойным дыханием, приложите ладони к своей груди, отдайте птенцу доброту сердца и дыхание. А теперь раскройте ладони и вы увидите, что птенец радостно взлетел, улыбнитесь ему и не грустите, он ещё прилетит к вам!</p> <p>Что же заставляет людей идти на риск и начинать собственное дело?</p> <p>Какие мотивы у бизнесмена?</p> <p>Действительно, мотивов очень много. Выделим основные.</p> <ul style="list-style-type: none"> • больше зарабатывать, чтобы жить лучше • реализовать себя в чем-либо 	<p>Обучающиеся отвечают на вопрос</p>	
--	--	---------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • быть независимым, успешным и обеспеченным <p>Очевидно, иметь собственное дело гораздо тяжелее, чем быть наемным работником. Работа будет поглощать все ваше время, мысли. Вряд ли вас ждет быстрое и сказочное обогащение: путь к нему тернист.</p> <p>Вам придется вступать в непростые отношения с конкурентами, контрольными органами, и даже возможно, с криминальными структурами. Но если все эти трудности вас не пугают, и свое будущее вы видите в предпринимательстве, - тогда вперед!!!</p>		
5 минут	<p>Тест на определение способностей к предпринимательской деятельности. (приложение № 1)</p>		
<p>подведение итогов урока</p> <p>5 минут</p>	<p>Ребята, предлагаю вам вспомнить все сказанное на уроке и заполнить таблицу «Плюс-минус-интересно».</p> <p>Вам необходимо заполнить таблицу из трех граф.</p> <p>В графу «П» - «плюс» - запишите все, что понравилось вам на уроке, информацию и формы работы, которые вызвали положительные эмоции, либо по вашему мнению могут быть полезны вам для достижения каких-то целей.</p>		

	<p>В графу «М» - «минус» - запишите все, что не понравилось на занятии, показалось скучным, вызвало неприязнь, осталось непонятным, или информацию, которая оказалась для вас бесполезной с точки зрения решения жизненных ситуаций.</p> <p>В графу «И» - «интересно» - запишите все любопытные факты, о которых узнали на уроке и что бы еще хотелось узнать по данной проблеме, вопросы к учителю.</p> <p>Эту таблицу придумал Эдвард де Боно, доктор медицинских наук, доктор философии Кембриджского университета, специалист в области развития практических навыков в области мышления. Это упражнение позволяет учителю взглянуть на урок глазами учеников, проанализировать его с точки зрения ценности для каждого ученика. Для обучающихся наиболее важными будут графы «П» и «И», так как в них будут содержаться памятки о той информации, которая может им когда-нибудь пригодиться.</p> <p>Помните, предпринимательская деятельность – это способность рисковать, принимать решения и зарабатывать деньги.</p> <p>Без веры в успех и готовности ради своей цели поставить на карту всё и идти до конца, нечего и думать о</p>		
--	---	--	--

	<p>создании своего дела. Успеха добиваются те, кто одержим идеей, уверен в себе, настойчив, трудолюбив, самостоятелен.</p> <p>На этом наш урок подошел к концу, всем спасибо</p>		
--	--	--	--

Используемая литература

1. Майкл Хаммер. Бизнес в XXI веке: повестка дня. – М., 2005. – 140 с.
2. Мамыров Н.К. и др. Основы предпринимательства: учебное пособие. Алматы, 1997.

Приложение I

Вопросы по теме

За каждый положительный ответ – 1 балл

1. Умеете ли вы доводить начатое дело до конца, несмотря на возникающие трудности?
2. Умеете ли вы настоять на принятом решении, или вас можно легко переубедить?
3. Любите ли вы брать на себя ответственность, руководить чем-либо?
4. Пользуетесь ли вы уважением, доверием товарищей?
5. Вы вполне здоровы?
6. Готовы ли вы трудиться от зари до зари, не получая немедленной отдачи?
7. Любите ли вы общаться и работать с людьми?
8. Умеете ли вы убеждать других в правильности избранного пути?
9. Есть ли у вас хоть малейший опыт работы в той области, в которой вы хотите начать собственное дело?
10. Знакомы ли вы хоть немного с действующими правилами налогообложения, калькуляции заработной платы, ведения бухгалтерского учета?
11. Можете ли вы заговорить на улице с незнакомым человеком?
12. Считаете ли вы хитрость полезным качеством?
13. Завидуете ли вы успеху ваших знакомых?
14. Есть ли у вас на примете помещение, которое можно арендовать?

15. Обращаетесь ли вы на «Вы» к вашим старшим по возрасту родственникам?

16. Переживаете ли вы, если вас обсчитали в магазине?

17. Есть ли у вас возможность привлечь родных и знакомых к финансированию создаваемого вами предприятия?

18. Способны ли вы, например, на вокзале доверить на время чемодан совершенно незнакомому человеку?

19. Есть ли у вас на примете толковые специалисты, обладающие опытом и знаниями, которых вам не хватает?

20. Уверены ли вы в том, что иметь собственное дело – это главная ваша мечта?

Подсчитайте сумму баллов. Слайд 14.

Если сумма набранных вами баллов равна 17 и более, вы имеете все необходимые качества, чтобы стать предпринимателем. Ваши целеустремленность, энергия и вера в успех помогут реализовать любую стоящую идею — главное, чтобы идея действительно того заслуживала.

Вы набрали от 13 до 17 баллов. Ваши шансы на успех в качестве предпринимателя не столь очевидны. Тем не менее, вы можете стать удачливым предпринимателем.

Если у вас менее 13 баллов, из вас вряд ли выйдет хороший предприниматель. Постарайтесь набраться опыта и, прежде чем встать на путь свободного предпринимательства, еще и еще раз сопоставьте свои интересы, желания и возможности.

Я надеюсь, что исходя из полученных результатов анкетирования, примера родителей или друзей родителей, кто-нибудь из вас в будущем выберет для себя эту сложную, но благодарную и прибыльную работу.

Тема «Современные технологии в бизнесе»

Раздел:	Основы предпринимательства	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока:	Современные технологии в бизнесе	
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	Понимают значение современных технологий для успешного ведения бизнеса. Знают возможности современных бизнес-технологий. Умеют искать информацию о современных технологиях в бизнесе.	

	Применяют основы знаний о современных технологиях для реализации собственных бизнес-идей.
Цели урока:	-Познакомиться с современными технологиями в бизнесе, -распознавать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане;

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Начало урока/ 5 минут	Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе	Дети приветствуют учителя.	
Этап подготовки к активному и сознательному усвоению материала	<p>Игра «Дракон. Девочка. Самурай»</p> <p><i>Игра энерджайзер очень увлекает своим процессом, необходимостью рассчитать логику команды-оппонента. Такая разминка хороша для поддержания групповой динамики.</i></p> <p>Инструкция. «Разделитесь на две команды и встаньте в две шеренги — одна команда напротив другой</p> <p>Это упражнение-соревнование.</p> <p>Соревноваться будем командами. Играем до трех победных очков у какой-либо из команд.</p> <p>Для проведения соревнования нам надо выучить три фигуры. Внимание, показываю (учитель последовательно показывает фигуры, а</p>	<p>(участники делятся на две команды и выстраиваются в две шеренги).</p>	

	<p>участники их повторяют, чтобы лучше запомнить).</p> <p>Девочка: Тренер переминается с ноги на ногу, руки как будто бы держится за края воображаемой юбочки, проговаривая при этом характерный звук: «Ля-ля-ля-ля».</p> <p>Дракон: Ноги на ширине плеч, руки подняты над головой, пальцы растопырены как когти. Характерный агрессивный звук: «А-А-А-А!!!».</p> <p>Самурай: Тренер встает в боевую стойку: одна нога выпадом вперед, одна рука также вперед, как будто бы самурай держит воображаемый меч и направляет его в противника. При этом характерный звук: «У-У- У-У!!!»)</p> <p>Командам будет дано по 30 секунд, чтобы договориться, какую из трех фигур выбрать для показа. После этого я говорю: «Три-два-один!» И обе команды одновременно показывают ту фигуру, которую они выбрали. Ваши фигуры могут совпасть, а могут и не совпасть. Если совпали — в этом раунде ничья. Если не совпали, то действует правило:</p> <p>«Самурай убивает дракона: команда, показавшая самурая, зарабатывает победное очко. Дракон съедает девочку: команда, показавшая дракона,</p>		
--	---	--	--

	<p>зарабатывает победное очко. Девочка соблазняет самурая: команда, показавшая! девочку, зарабатывает победное очко».</p> <p>Внимание, игра! Сейчас у вас есть 30 секунд, чтобы договориться, какую фигуру надо показать, чтобы заработать победное очко!».</p>		
7 минут	<p>Вопрос Какие технологии для бизнеса вы можете назвать?</p> <p>Компьютерные и электронные инновационные технологии все прочнее закрепляются в каждом секторе экономики и оказывают эффективное влияние на ведение бизнеса для предпринимателей, а пользователям открывают возможность быстрого получения качественных товаров и услуг.</p> <p>С одной стороны, новые технологии для бизнеса становятся все более мощными и гибкими, а с другой — все больше распространяются в различные отрасли делового хозяйства.</p> <p>Для того чтобы обеспечить успех, развивающиеся государства должны быть конкурентоспособными в условиях глобальной экономики, где производственные процессы подчинены основам гибкости и децентрализации. Именно здесь компьютерные технологии начинают стимулировать и ускорять</p>	<p>Обучающиеся прочитывают свои определения</p> <p>Обучающиеся слушают учителя</p>	<p>Слайд №1 Тема урока «Современные технологии в бизнесе»</p>

	<p>темпы развития, внедряя в делопроизводство результативные перемены.</p> <p>Начав использовать передовые технологии, обеспечивающие свободный доступ к информации, ее обработку и хранение, бизнесмены налаживают более масштабную и эффективную рабочую производительность, а также стойкость к конкуренции со стороны промышленных стран.</p> <p>Технологический бизнес всегда в тренде. Роботы, искусственный интеллект, 5G, виртуальная реальность, онлайн-платформы и микросервисы – все это способно перевернуть ваши представления о малом и среднем бизнесе.</p> <p>В основе прогресса всегда лежат новые технологии. Они дают компаниям возможность расти и развиваться, а главное – адаптироваться к текущим условиям. Для бизнеса инновации – огромное конкурентное преимущество.</p> <p>Они увеличивают прибыль и сокращают расходы, но главное – делают мир действительно лучше, а нашу жизнь комфортнее.</p> <p>Геймификация в бизнесе</p> <p>В условиях пандемии игровые площадки – место, где люди могут встречаться и удаленно общаться, в том числе по вопросам бизнеса. Обычно геймификация распространяется только на сотрудников компании и предназначается для повышения эффективности</p>		
--	---	--	--

<p>7 минут</p>	<p>работы. Однако подключить к этому можно и основную аудиторию, чтобы повысить лояльность к продуктам/услугам и стимулировать продажи.</p> <p>Например, в 2020 году открылось пространство Unconventiona 1. Оно предназначено для организации виртуальных мероприятий – сейчас там уже более 50 тыс пользователей. Фишка этого пространства в том, что все мероприятия, включая рабочие встречи, проводятся в одном из игровых миров, а у каждого участника есть своя 3D аватарка.</p> <p>Задаю детям вопрос какие задачи решают современные технологии?</p> <p>На уровень выше работу компании могут вывести <u>инструменты автоматизации</u>. Они контролируют процессы, протекающие в бизнесе, и управляют ими. Эти инструменты обеспечивают широко известный «индивидуальный подход». Они отвечают за решение ряда задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Помогают налаживать отношения между компанией-продавцом и покупателем. • Оптимизировать расходы и увеличивать доходы. • Повышать продуктивность работы сотрудников. • Автоматизировать бизнес. • Продвигать новую продукцию. 	<p>Обучающиеся прочитают свои определения</p>	
----------------	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Быть впереди конкурентов, улучшать позиционирование продукта и компании на рынке. • Улучшать качество маркетинговых приемов и разрабатывать эффективную стратегию развития 		
15 минут	<p>Придумать и написать сценарий, описывающий некую принципиально новую идею или концепцию, так, чтобы её смогли себе представить другие, — задача непростая. Чтобы опробовать её в миниатюре, постройте из деталей LEGO какой-нибудь объект, например, замок. Когда закончите, не показывайте его никому. Вместо этого словами опишите сам объект и то, как его можно воссоздать, то есть составьте сценарий действий. Задача остальных состоит в том, чтобы построить эту вещь из таких же деталей LEGO, основываясь только на вашей инструкции.</p> <p>Переходя на следующий уровень, можно соревноваться, используя различные подходы к составлению сценариев. Пусть одна команда расписывает каждое действие подробно, а другая остановится только на самых основных принципах. Третья команда может сосредоточиться на описании предназначения или целевого результата. Цель также можно менять: от точного воспроизведения до</p>	Обучающиеся проходят тест. Прослушивают	

5 минут	<p>уменьшения времени сборки, от самой интересной модели до наиболее любопытной в плане сборки и так далее.</p> <p>Из того, как различные подходы к составлению сценариев и поведенческие предубеждения помогают или мешают воплотить идею в реальность, можно извлечь определённые уроки. Затем вы можете применить полученные знания, чтобы частично или полностью переписать сценарий деятельности собственной организации в свете некоей новой многообещающей идеи.</p> <p>Подведение итогов</p> <p>На этом уроке вы познакомились с понятием современные технологии в бизнесе, узнали о их разновидностях, поняли, в чём состоят плюсы для экономики страны.</p> <p>Кроме того, вы поняли, как учёт последних трендов в предпринимательстве поможет улучшить бизнес и как важно владельцу учитывать особенности того региона, где он собирается развивать своё дело</p>		
5 минут	<p>Рефлексия настроения и эмоционального состояния:</p> <p>Выбери фразу для соседа по парте:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ты молодец, -Я доволен твоей работой на уроке, -Ты мог бы поработать лучше 	Обучающиеся дают возможные варианты ответов	

Словарь

Иновация – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях.

Рыночная экономика – экономическая система, основанная на принципах свободного предпринимательства, многообразия форм собственности на средства производства, рыночного ценообразования, договорных отношений между хозяйствующими субъектами, ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность субъектов. Это экономика, в которой только решения самих покупателей, поставщиков товаров и услуг определяют структуру распределения.

Тенденция и тенденциозность (от лат. *tendo* – «направляю, стремлюсь») – возможность тех или иных событий развиваться в данном направлении.

Большие данные (англ. *big data*) – обозначение структурированных и неструктурированных данных огромных объемов и значительного многообразия, эффективно обрабатываемых горизонтально масштабируемыми программными инструментами, появившимися в конце 2000-х годов и альтернативных традиционным системам управления базами данных и решениям класса *Business Intelligence*.

Машинное обучение (англ. *machine learning, ML*) – класс методов искусственного интеллекта, характерной чертой которых является не прямое решение задачи, а обучение в процессе применения решений множества сходных задач. Для построения таких методов используются средства математической статистики, численных методов, методов оптимизации, теории вероятностей, теории графов, различные техники работы с данными в цифровой форме.

Платежеспособность – способность хозяйствующего субъекта к своевременному выполнению денежных обязательств, обусловленных законом или договором, за счет имеющихся в его распоряжении денежных ресурсов.

Используемые источники:

Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы *Atameken Academy (atameken.co)*. «Иновационные тренды в предпринимательстве. Стартап-культура»: <https://youtu.be/99ECxI7wA2w>

<https://lifehacker.ru/poleznye-biznes-igry/>

Тема «С чего начинается бизнес»

Раздел:	Предпринимательство в современных условиях	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока:	С чего начинается бизнес	
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	Понимать алгоритм создания бизнес-проекта. Знать о ключевых бизнес-процессах. Уметь моделировать будущие бизнес-процессы.	
Цели урока:	-Познакомиться с алгоритмами создания бизнес-проекта -Применять знания о бизнес-процессах для реализации собственных бизнес-идей	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Начало урока 5 минут	Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.	Дети приветствуют учителя.	
Этап подготовки к активному и сознательно му усвоению материала	<p style="text-align: center;">Упражнение</p> <p style="text-align: center;">«Постройтесь по ...!»</p> <p>Цель: Преодолеть барьеры в общении между участниками, раскрепостить их.</p> <p>Ход упражнения: Участники становятся плотным кругом и закрывают глаза. Их задача состоит в том, чтобы построиться в ряд по росту с закрытыми глазами. Когда все участники найдут свое место в строю, надо</p>		

	<p>дать команду открыть глаза и посмотреть, что же получилось. После упражнения можно обсудить, сложно ли было выполнить это задание (как себя чувствовали участники) или нет.</p> <p>Примечание: Игра имеет несколько вариантов. Можно дать задание построиться по цвету глаз (от самых светлых до самых темных, разумеется, не закрывая глаза), по цвету волос, по теплоте рук и т.д. Можно строиться и с открытыми глазами, но молча</p>		
7 минут	<p>Задаю вопросы ученикам: как вы думаете, чем отличается предпринимательство от бизнеса?</p> <p>Спрашиваю, есть ли среди их знакомых, родных, кто открыл свое дело? С чего начинали они, сразу ли все получилось?</p> <p>Факторы предпринимательства – это параметры, определяющие возможности реализации свойств предпринимательской функции. Различают внешние факторы, обусловленные характером окружающей среды, и внутренние, обусловленные особенностями внутренней</p>	<p>Ответы обучающих хся</p>	<p>Слайд №1 Тема урока «С чего начинается бизнес»</p> <p>Слайд №2 Фото древних монет.</p>
10 минут			

7 минут	<p>организации предпринимательства.</p> <p>Ученики выполняют задание 1</p> <p>Подумайте и ответьте на вопросы.</p> <p>Какие древние монеты обнаружены на территории Казахстана? Какие функции денег выполняли древние монеты на территории Казахстана до XX века? Спросите у своих родителей, кто был изображён на первых банкнотах Республики Казахстан номиналом 1 тенге, 5 тенге, 10 тенге, 20 тенге, 50 тенге, 100 тенге выпуска 1993 года?</p> <p>Ответ:</p> <p><i>Китайские ушу, бронзовые деньги торговых городов Сырдарьи, монеты тюркешских ханов, арабские фельсы, серебряная танга.</i></p> <p><i>Функции обмена, платежа, измерения стоимости и накопления богатства.</i></p> <p><i>Когда ученики назовут функции денег, вы можете подробнее обсудить каждую из них на примерах из их жизни, чтобы закрепить материал.</i></p> <p><i>1 тенге: Абу Наср аль-Фараби; 5 тенге – Курмангазы Сагырбайулы;</i></p>		Слайд №3 Фото первых купюр Независимого Казахстана
---------	--	--	---

	<p>10 тенге – Чокан Валиханов; 20 тенге – Абай Кунанбаев; 50 тенге – Абулхайр-хан; 100 тенге – Абылай-хан.</p> <p>Вы можете задать ученикам вопрос: «Как вы думаете, как выбираются персоналии, изображенные на национальной валюте?», «Что еще можно изобразить на национальной валюте?», «Почему?».</p> <p>Задание 2.</p> <p>Сравните способы организации бизнеса. Выпишите плюсы и минусы для каждого из них. Какой способ вы бы выбрали, если бы вам предстояло открыть своё дело? Почему?</p>		
--	---	--	--

Ответ

Способ войти в бизнес	Плюсы	Минусы
1) Начать с нуля	Отсутствие потерь при неудаче (безопасность) Приобретенный опыт	Все нужно делать самому Высокий процент неудач
2) Привлечь стартовый капитал	Наличие стартового капитала	Можно потерять вложения (высокий риск)
3) Купить действующую фирму	Низкий риск разорения Сразу работающая и приносящая прибыль фирма	Отсутствие личного опыта основания бизнеса
4) Купить франшизу	Существует работающая модель (инструкция) Уже известное имя	Отсутствие свободы принятия решений Зависимость от всей сети

	Крупная сеть других точек Поддержка франчайзера	Отсутствие возможности быстрого выхода	
7 минут	Тест и вопросы для обсуждения (приложение № 1)		
5 минут	Подведение итогов урока «На этом уроке мы повторили и проанализировали предпринимательство как экономическое явление. Мы поняли, что нужно для того, чтобы начать свой бизнес, разобрали способы организации бизнеса и факторы, влияющие на развитие предпринимательства в современных условиях. Мы также познакомились с такими экономическими понятиями, как стартовый капитал, деньги, их функции и франшиза.	Обучающиеся дают возможные варианты ответов	
Рефлексия 5 минут	<u>Продолжи фразу, выбери понравившуюся, ответь на вопрос.</u> Наш день (урок, мероприятие, игра) подошел к концу, и я хочу сказать... <i>Мне больше всего удалось... А особенно удалось...</i> <i>Что я получил от этого дня (урока, игры)?</i> <i>За что ты можешь себя похвалить?</i>		

	<p><i>За что ты можешь похвалить одноклассников?</i></p> <p><i>За что ты можешь похвалить учителя?</i></p>		
--	--	--	--

Приложение 1

Тест и вопросы для обсуждения. Тема: «Бизнес-идея и бизнес-модель»

1. Бизнес-идея – это

1. Упрощенное концептуальное представление бизнеса и механизм его функционирования, описывающее логику и способы ведения бизнеса.

2. Характеризует, каким образом компания ведет свой бизнес, действует и конкурирует на рынке, какие ключевые факторы, уникальные возможности и компетенции определяют ее успех

3. Это концепция бизнеса, которая связана с пониманием ценности, предлагаемой потребителю

4. Это отправная точка, с которой начинается каждое новое предприятие

2. Бизнес-модель – это

(см. ответы к вопросу 1.)

3. Что НЕ является задачей бизнес-модели

1. Представить концепцию бизнеса

2. Сформировать структуру важнейших компонентов бизнес-модели

3. Координировать и мотивировать действия персонала

4. Показать экономическую привлекательность бизнеса для инвесторов

4. Какой критерии оценки эффективности бизнес-модели Вы считаете наиболее важным и почему?

1. Привлечение клиентов

2. Предложение значимой ценности

3. Обеспечение высокой прибыли

4. Обеспечение удовлетворенности клиентов

5. Упрочение фирмы на рынке

6. Финансирование

5. Приведите примеры привлечения клиентов.

6. В чем может заключаться конкурентное преимущество фирмы?
7. Как можно обеспечить достаточно высокую прибыль?
8. Каковы пути упрочения фирмы на рынке?
9. Каково может быть начальное финансирование организации?

Используемая литература

1. Видеоурок 5: С чего начинается бизнес?
<https://youtu.be/oloOTtPH-D4>
2. С чего начинается бизнес? ЛайфХак:
<https://youtu.be/0KsivQJ2XLk>
3. Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова

Тема «Стартап-культура»

Раздел:	Основы предпринимательства	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока:	Стартап- культура	
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	Понимать суть явления «стартап-культура». Знать историю возникновения стартап-культуры. Уметь реализовывать принцип разумного риска в воплощении собственных стартап-идей. Применять соответствующую терминологию в обсуждении стартап-проектов.	
Цели урока:	-узнать, что такое стартап; -научиться разграничивать понятия стартап и действующий бизнес; -понять, как устроена бизнес-модель стартапа;	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы

<p>Начало урока 5 мин</p> <p>Этап подготовки к активному и сознательно му усвоению материала</p>	<p>Приветствие. Учитель приветствует учеников и говорит: «Здравствуйте, ребята! Мы как всегда рады видеть друг друга и готовы к совместной творческой работе. Перед вами на столах лежат цветные полоски: красная, синяя, зеленая. Посмотрите на них внимательно и выберите ту, которой соответствует ваше эмоциональное настроение именно сейчас. Красный цвет – вы полны энергии, готовы активно работать. Зеленый цвет – вы спокойны, вам всё равно, что будет происходить на уроке. Синий цвет – вы хотите узнать что-то новое". Спасибо! Надеюсь, что сегодня на уроке все будут хорошо работать и к концу урока у всех будет хорошее настроение!</p>	<p>Дети приветствуют учителя.</p>	<p>Цветная бумага, маркеры</p>
--	--	-----------------------------------	--------------------------------

5 мин.	<p>Содержание урока: на уроке учащиеся познакомятся с понятием стартапа, научатся различать стартап и действующий бизнес, узнают, в чем состоит методология «бережливого стартапа». После озвучивания темы учитель может предложить</p>	Обучающиеся слушают учителя	
5 мин	<p>учащимся истолковать понятие «стартап». Результаты такого толкования можно записать в виде ментальной карты на доске или на флипчарте. Следует обратить внимание учащихся на то, что существует несколько толкований этого понятия. Укажите классу на соответствующие определения в учебнике. Спросите, противоречат ли друг другу такие определения либо они дополняют друг друга?</p>		Слайд №2 определение понятию «Стартап-культура»
5 мин	<p>Стартап – это добровольное</p>		

5 минут	<p>объединение людей с общими целями, ценностями и идеями. Стартап объединяет усилия людей для того, чтобы создать новый продукт, отличающийся от альтернативных продуктов на рынке. Во главе угла в стартапе находится инновационная идея, либо недавно созданная технология.</p> <p>Разница между стартапом и действующим бизнесом</p> <p>Стартап (от англ. startup company, startup – букв. «стартовый») – компания с короткой историей операционной деятельности.</p> <p>Дайте и запишите определение к слову «стартап-культура», опираясь на ваши личные знания. На работу отводится 2 минуты</p> <p>Обсудите с классом цели стартапа, подробнее остановитесь на решении проблем клиентов.</p>		
---------	--	--	--

	<p>Задание 1 Подумайте и определите, какие проблемы потребителей могут решать следующие продукты. а) сервис такси; б) фотошкола; в) мобильное приложение для составления коллажей фотографий; г) сервис, объединяющий все рестораны в городе в одном приложении; д) мобильное приложение для общения с сотрудниками городского акимата. <i>Ответы к заданию могут различаться, выполнение задания предполагает четкое понимание потребности клиента и суть ее удовлетворения.</i></p> <p>Задание 2 Приведите пример стартапа и объясните, почему вы считаете, что это именно стартап, а не компания. Чтобы понимание того, что такое стартап, стало более ясным, необходимо сравнить некоторые</p>		
--	---	--	--

	<p>аспекты его функционирования с особенностями работы компании. Предложите учащимся рассмотреть таблицу 1 в учебнике. Обсудите с классом сходства и различия работы стартапа и компании. Учащимся следует дать достаточно времени на размышление. Поощряйте учащихся приводить как можно больше аргументов в пользу того, что то или иное предприятие является стартапом.</p>		
15 минут	<p>1. Обмен мнениями по методу «Вопрос по кругу».</p> <p>1) Какой бы ты открыл стартап? Опиши свою бизнес-идею.</p> <p>2) Как ты думаешь, для чего нужны стартапы в нашей стране? Придумайте модель развития бизнеса, основываясь на принципах «бережливого стартапа».</p>	Обучающиеся аргументируют свои мысли	

	<p>а) школа для обучения детей программированию;</p> <p>б) платформа, позволяющая найти попутчиков для походов в горы;</p> <p>в) сервис для обмена прочитанными книгами;</p> <p>г) сервис, продающий пробники духов;</p> <p>д) приложение, позволяющее просчитать стоимость отпуска за границей.</p> <p><i>Для того чтобы понять, как действует стартап, необходимо рассмотреть его бизнес-модель — ответы на вопросы о том, как стартап может заработать прибыль, решив проблемы и удовлетворив нужды клиентов. Укажите классу на то, что существует особенный вид стартапа — бережливый. Попросите предположить, что это значит. Обсудите с классом</i></p>		
--	---	--	--

	<p><i>схему бережливого стартапа:</i></p> <p>1. <i>Обобщение возможных вариантов бизнеса (measure).</i></p> <p>2. <i>Проверка гипотез и получение обратной связи с помощью «выхода за пределы офиса» (learn).</i></p> <p>3. <i>Создание минимальных жизнеспособных продуктов и их тестирование (build).</i></p> <p><i>Для выполнения задания можно разделить учащихся на группы, использовав в качестве средства деления карточки, содержащие названия стартапов</i></p>		
5 минут	<p>«Итак, вы познакомились с разными трактовками понятия стартап и сформировали представление о том, какими особенностями отличаются такие «временные структуры».</p> <p>Сравнивая работу компаний и стартапов, вы поняли, чем они</p>		

	отличаются. Кроме того, описание бизнес-модели стартапа, приведённое на данном уроке, поможет вам лучше разобраться в тонкостях его функционирования. Вы узнали о методологии «бережливого стартапа» и теперь знаете, как правильно создавать продукты с использованием наименьшего количества ресурсов. А также поняли, что изменения к лучшему и работа стартапа может быть скорректирована с помощью пивотов».		
5 минут	Рефлексия Синквейн по теме урока		

Приложение 1

Словарь:

Бизнес-модель – концептуальное описание предпринимательской деятельности. Концепция бизнес-модели тесно связана с другими подходами к описанию бизнеса – например, корпоративной стратегией, бизнес-процессами и цепочкой ценности.

Бизнес-идея – идея, которая может быть использована для построения новой компании или нового направления деятельности в уже работающей компании.

Как правило, бизнес-идея направлена на создание товаров или услуг,

которые могут быть проданы за деньги, благодаря сформулированной в биз- нес-идее новой бизнес-модели.

Бизнес-план – план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

Бизнес-стратегия – совокупность мер, планов и управленческих решений для достижения предприятием выигрышного положения на рынке, удовлет- ворения потребительского спроса и максимизации прибыли. Бизнес-стра- тегия позволяет создавать оптимальные условия для долгосрочного развития компании на рынке. Она включает в себя определение миссии и постановку целей, выбор способов коммуникации с потребителями и разработку позицио- нирования компании на рынке.

Канал распределения – это совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю.

Прототип – быстрая, черновая реализация будущей системы.

Используемые источники

1. Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co)
2. Основы экономических знаний. Предпринимательство и бизнес. Учебник для 10–11 классов. – Алматы, 2002.

Тема «Бизнес-ангелы и инвесторы. Сходство и отличия»

Раздел:	Основы предпринимательства	
Дата:		
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока:	Бизнес-ангелы и инвесторы. Сходство и отличия	
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	Понимают суть явления «бизнес-ангелы» Знают основные отличия бизнес-ангелов от классических инвесторов.	

	<p>Умеют аргументировать свою позицию в ходе сравнения понятий бизнес-ангел и классический инвестор</p> <p>Применяют свои знания в процессе выполнения заданий</p>
Цели урока:	<p>Понимать суть явления «бизнес-ангелы».</p> <p>Знать основные отличия бизнес-ангелов от классических инвесторов.</p>

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
<p>Начало урока 5 мин</p> <p>Этап подготовки к активному и сознательному усвоению материала</p>	<p>Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.</p> <p><i>«РАЗГОВОР РУКАМИ»</i></p> <p>Эта разминка способствует установлению более доверительных отношений в группе помогает ученикам преодолеть барьеры в общении, улучшает атмосферу на уроке. Для выполнения задания ученикам необходимо образовать два круга внутренний и внешний, и встать лицом друг к другу. Число человек в каждом круге должно быть одинаковым, чтобы все участники образовали пары.</p> <p>Задача участников —</p>	<p>Дети приветствуют учителя.</p> <p>Обучающиеся отвечают на вопрос учителя.</p>	

	<p>пообщаться со своим партнером, используя только руки. Учитель задает тему для «разговора» и через две-три минуты просит круги сместиться относительно друг друга на одного человека. Далее общение продолжается уже в новых парах и на новую тему. Через две-три минуты пары и тема снова меняются. Учитель может предложить следующие ситуации, в которых происходит общение:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ участники только что встретились и рады видеть друг друга; ■ участники ссорятся; ■ один выражает другому соболезнование по какому-либо поводу; ■ один участник обижен, а второй хочет с ним помириться; ■ один пытается поддержать, подбодрить второго. После выполнения упражнения нужно обязательно обсудить с учениками, какие чувства возникали в процессе игры; на какие темы было легко общаться, на какие, наоборот, сложно; 		
--	---	--	--

	<p>было ли проще самому передавать эмоцию или получать ее от партнера; с кем из участников было легче всего общаться</p>		
5 минут.	<p>Исторически понятие бизнес-ангела близко к меценату, потому что зародилось в театральной среде. В США в начале XX века так стали называть тех щедрых инвесторов, которые давали деньги бродвейским постановкам на грани закрытия. Обычно они не рассчитывали на прибыль, а просто помогали из любви к искусству.</p> <p>По отношению к бизнесу термин «ангелы» стали использовать благодаря Уильяму Ветцелю, профессору Университета Нью-Хэмпшира и основателю Center for Venture Research. В 1983 году вышла его статья «Ангелы и неформальный рисковый капитал», где он впервые вывел термин для описания инвесторов, которые вкладывают деньги в начинающие предприятия. С тех пор стартапы и компании, которые находятся на сложной стадии</p>	Обучающиеся слушают учителя	<p>Слайд №2 определени е понятию «Бизнес ангелы»</p> <p>Слайд №3 (<i>фото Уильяма Ветцеля</i>)</p>

	<p>развития, ищут тех, кто готов помогать им с учетом больших рисков.</p> <p>«Пожалуй, самый яркий в мире пример бизнес-ангела — это человек, который пришел в Apple, когда они сидели в гараже, и дал им денег тогда, когда никто еще не давал.</p> <p>Бизнес-ангелы — это обычно люди из индустрии, которые понимают какую-то технологию и пытаются ее поймать. Либо это просто богатые люди, которые готовы инвестировать в бизнесы в интересных для них сферах»</p>		
5 минут	<p>Чем бизнес-ангелы отличаются от обычных инвесторов</p> <p>Инвестором можно стать разными способами.</p> <p>Например, купить акции и стать акционером — так инвестор вкладывает свои средства в развитие компании, однако его права и возможности будут ограничены в зависимости от доли в компании. Другой способ — вложить средства в фонд, где управляющие будут выбирать активы с расчетом на получение прибыли для инвесторов.</p>		
6 минут			

	<p>Аналогичным образом работают венчурные фонды, только они инвестируют в компании, которым нужны средства для старта или очередного этапа развития. Важное отличие в том, что венчурный фонд определяет заранее, в какого типа компанию он вкладывает деньги и на каких условиях.</p> <p>Бизнес-ангелы же могут инвестировать самостоятельно, могут по своему усмотрению выбрать стартап и поставить свои условия. Для компании в этом есть плюс — отношения с частными инвесторами более гибкие, чем с венчурными фондами со сводом правил и жесткими условиями.</p>		
7 минут	<p>Где искать бизнес-ангелов</p> <p>Обращаться к бизнес-ангелам стоит, когда вы понимаете, что у вас недостаточно оснований рассчитывать на институциональных инвесторов. Например, ваш проект находится на стадии идеи или показатели пока</p>		

	<p>слишком невелики, чтобы привлечь серьезные средства.</p> <p>«Бизнес-ангел хорошо работает в случае, если стартап не знает, как ему развиваться дальше. Например, компания хорошо работает, генерирует прибыль, но со временем упирается в потолок по выручке. И чтобы перейти на следующий этап, нужен большой скачок в виде инвестиций. Тут как раз могут помочь бизнес-ангелы</p> <p>Грамотный бизнес-ангел как раз и занимается тем, что, проинвестировав, помогает выстроить бизнес-процессы».</p> <p>Наиболее вероятные способы найти частного инвестора:</p> <p>искать среди знакомых бизнесменов, которые готовы вложиться в ваш бизнес;</p> <p>обратиться в клуб бизнес-ангелов, там проект будет проходить определенный отбор;</p> <p>поискать профессионального бизнес-ангела самостоятельно и</p>		
--	---	--	--

	<p>обратиться к нему напрямую.</p> <p>С последним помогут источники:</p> <p>рейтинги венчурных инвесторов, частных инвесторов и бизнес-ангелов;</p> <p>биржи стартапов;</p> <p>разнообразные профессиональные сообщества, где есть активный нетворкинг — создание и развитие сети полезных знакомств.</p>		
10 минут	<p>Теперь, когда мы узнали о том, кто такие «бизнес-ангелы», я предлагаю обучающимся, заинтересовать бизнес-ангела.</p> <p>Во-первых, следует определиться с позиционированием предлагаемого продукта. В нем обязательно должна присутствовать принципиальная новизна и преимущества. Для аргументированного изложения этих моментов необходимо проведение маркетингового анализа.</p> <p>На втором месте – рыночное позиционирование. Кто</p>	<p>Обучающиеся должны придумать как заинтересовать бизнес-ангела</p>	

	<p>будет потребителем и покупателем продукта? Какова его предварительная расчетная себестоимость и отпускная цена? Ответы на эти вопросы очень интересуют любого вероятного инвестора.</p> <p>Третье – состав команды. Необязательно, чтобы она была большой, но к изобретателям-одиночкам бизнес-ангелы относятся чаще всего настороженно. Будет лучше заручиться поддержкой профессионального менеджера, возможно, мыслящего не столь широко, но зато практично. Финансисту нужна уверенность, что этот управленец «потянет» реализацию проекта.</p> <p>Четвертое – бизнес-план. Составление этого документа вызывает трудности у многих новаторов и изобретателей. Есть два выхода – постараться разобраться самому или нанять специалиста, умеющего писать такие тексты по всем правилам.</p> <p>Пятый и последний шаг – личное общение с</p>		
--	--	--	--

	<p>вероятным бизнес-ангелом, или презентация. Частные инвесторы – люди занятые и больше десяти минут обычно не слушают. За это время необходимо бегло обосновать причины, по которым именно этот проект заслуживает финансирования. Если по каким-то причинам требуются подробные разъяснения, их лучше всего изложить в виде бумажного буклета, на который допустимы ссылки. Важнее не цифры, а ораторское искусство и умение увлечь идеей.</p>		
4 минуты	<p>Рефлексия Синквейн по теме урока</p>		

Приложение 1

Словарь:

Вид бизнес-ангела	Краткая характеристика
Корпоративный	Удачливый администратор, получивший за время работы большие вознаграждения или «золотой парашют» при увольнении. Полагается на личный опыт, связи и умение руководить. Часто стремится принимать активное участие в управлении стартапом.
Энтузиаст	Такого инвестора можно «заразить» масштабностью идеи и красотой замысла. Если это удастся, стартап получит финансирование. На руководство проектом энтузиаст не претендует, но часто интересуется ходом реализации в духе «ну, как там, оно скоро полетит (поедет, заработает)?» Суммы инвестиций относительно невелики.

Предприниматель	К «ангельскому» финансированию относится как к составляющей инвестиционного портфеля. Совмещает рискованные вложения с обычным бизнесом. Постоянно контролирует работы по реализации, но сам в руководстве не участвует.
Управленец	Может не быть отраслевым специалистом в области применения стартапа, но формально участвует в управлении каждым из инвестированных им проектов как член совета директоров. Считает, что таким образом обеспечивает контроль.
Профессионал	Знает об инвестируемом проекте все. По этой причине становится полноправным участником его реализации. Стремится привлечь других инвесторов, чтобы снизить личные риски и расширить финансовые возможности. Использует для этого свою квалификацию и репутацию.

Разумеется, данная классификация приведена в упрощенной форме. Часто встречаются сочетания признаков разных видов в одном бизнес-ангеле, как и абсолютно уникальные типы, имеющие особую мотивацию.

Используемые источники

1. Темиргалиев Ж. Тенденции развития малого бизнеса в Казахстане. – Эко-номист, 2001. – №9 с. 34 – 39.
2. Турсумбаев Б.М., и др. Основы организации бизнеса.
3. Учебник. – Челябинск: Южно-Уральское книжное издательство, 1995. – 120 с.


Тема «Бизнес-инкубаторы»

Раздел:	Предпринимательство в современных условиях	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Бизнес-инкубаторы	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Понимают пользу бизнес-инкубаторов для начинающих предпринимателей.</p> <p>Знают основной перечень бизнес-инкубаторов в Казахстане и мире.</p> <p>Умеют проводить аналогии между инкубатором и бизнес-инкубатором.</p> <p>Применяют принципы работы бизнес-инкубаторов в различных сферах жизни.</p>	

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Познакомить с видами бизнес-инкубаторов • Объяснить, в чем польза бизнес-инкубаторов для государства. • Научить применять принципы работы бизнес-инкубаторов в различных сферах жизни.
------------	--

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный			
Начало урока 10 минут	Учитель здоровается с учениками и сообщает, что на сегодняшнем уроке познакомятся с видами бизнес-инкубаторов.	Ученики отвечают на вопросы учителя: «Бизнес-инкубатор что это? Зачем нужны бизнес инкубаторы? В чем их польза для развития бизнеса в стране? Аргументируйте ваши доводы».	Учебник для 11 класса. 2 часть Основы предпринимательства и бизнеса/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева. — Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020.
Этап 2. Теоретическо-практический			
Середина урока 25 минут	Учитель предлагает познакомиться с перечнем бизнес-инкубаторов в Казахстане и мире. Предлагает выполнить задание, провести аналогии между инкубатором и бизнес-инкубатором.	Ученики выполняют задание 2 и отвечают на вопросы учителя	Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 11 класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А.

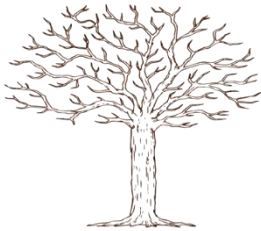
		<p>После ознакомления с информацией в учебнике ученики выполняют задание 3: «Поиските в Интернете названия и контакты бизнес-акселераторов и инкубаторов в вашем городе или регионе. Чем они могут быть вам полезны? Узнайте, как вы можете туда попасть с вашим проектом».</p>	<p>Щеглов .- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020 г. Учебник, интерактивная доска</p>
<p>Этап 3. Рефлексивно-завершающий</p>			
<p>Конец урока 10-минут</p>	<p>Если останется время, учитель проводит обсуждение, даёт обратную связь.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, мясорубка, корзина»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем</p>	<p>Ученики дают обратную связь</p>	<p>Учебник Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co)</p>

	<p>Мясорубка - информацию переработаю</p> <p>Корзина – все выброшу</p> <p><i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i></p>		
Оценивание	<p>На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для учеников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на платформе onlinemekter.org.</p> <p>Вопросы для самопроверки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем разница между бизнес инкубатором и акселератором? 2. Чем отличается бизнес инкубатор от технопарка? 3. Что такое бизнес инкубатор простыми словами? 4. Зачем нужны бизнес инкубаторы? 		

Тема «Развитие конкуренции в современных условиях»

Раздел:	Предпринимательство в современных условиях	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Развитие конкуренции в современных условиях	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Описывать примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции;</p> <p>Описывать виды конкурентных стратегий и конкурентов;</p> <p>Приводить доводы о целесообразности применения ценовой и неценовой конкуренции</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • описывать примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; • описывать виды конкурентных стратегий и конкурентов; • приводить доводы о целесообразности применения 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога и ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный		
<p>Начало урока 10 мин.</p>	<p>Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.</p> <p>«Дерево цели»</p> <p>Для стимулирования мотивации. На листе ватмана изображено дерево. Каждый ученик прикрепляет листочек зелёного цвета. На одной стороне учащиеся пишут свою личную цель - чтобы он хотел узнать, понять, какую информацию получить по данной теме.</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Определение цели и темы урока</p> <p>На данном уроке учащиеся познакомятся с определением конкуренции и совершенной конкуренции, узнают о ее положительных и негативных эффектах. Также они разберутся в таких понятиях, как «монополия», «монополистическая конкуренция» и «олигополия» (несовершенная конкуренция). Затем они рассмотрят ценовую и неценовую конкуренцию, типы конкурентов и конкурентные стратегии.</p>	<p>Ватман или флипчарт (На листе ватмана изображено дерево). Листочки зеленого цвета.</p> <p>Учебник для 10 класса. 1-часть Основы предпринимательства и бизнеса: /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г.- 1часть - 144 с.</p>
Этап 2. Теоретическо-практический		
	<p>Учитель открывает дискуссию о конкуренции вводными вопросами: «Как</p>	<p>Методическое пособие:</p>

<p>Середина урока 25 минут</p>	<p>часто вам приходится конкурировать между собой в классе?», «Любите ли вы участвовать в конкурсах, соревнованиях?», «Если нет, то почему?», «Если да, то в чём вы видите пользу конкурсов и конкуренции в целом?».</p> <p>Далее учитель разъясняет понятие конкуренции среди компаний, производителей и продавцов. Класс в открытой дискуссии обсуждает пример из учебника о существующих и потенциальных конкурентах пиццерии. Затем учитель вводит понятие совершенной конкуренции, даёт определение и просит учащихся предположить, что может являться совершенной конкуренцией. Затем ученики знакомятся с кейсом про продажу овощей как примером совершенной конкуренции. Учитель рассказывает о положительных и негативных аспектах совершенной конкуренции, подводит учеников к мысли о том, что в современном мире совершенной конкуренции практически не существует.</p> <p>Далее учитель даёт дефиницию экономического термина «монополия». Учащиеся в открытой дискуссии обсуждают, какие последствия может иметь монополия в реальной жизни, в чем ее опасность не только для производителей, но и для потребителей. Что можно сделать, чтобы избежать последствий монополии? Учитель рассказывает об антимонопольной политике государства, об антимонопольном законе РК. Далее учитель приводит примеры отраслей, в которых государство контролирует конкуренцию: в Казахстане это электроэнергетика, газоснабжение, железнодорожные перевозки и авиасообщение.</p> <p>Затем учитель даёт определения двух основных направлений конкуренции: ценовой и неценовой. Ученики по заданию</p>	<p>Основы предпринимательства и бизнеса 10-класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с.</p> <p>Учебник, интерактивная доска</p> <p>Презентация урока</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>
---	---	--

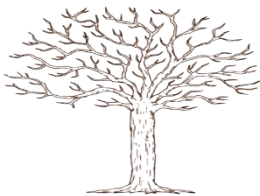
учителя приводят примеры ценовой конкуренции среди разных категорий товаров и услуг (например, среди автомобилей, канцелярских товаров, молочных продуктов). Спросите учеников, почему неценовая конкуренция является более актуальной в современном мире. Учитель излагает материал о разновидностях неценовой конкуренции в виде лекции.

Для выполнения задания 1 учитель вызывает к доске пять человек по желанию. Каждому ученику достается один из производителей товаров и услуг: сервис такси, магазин детских игрушек, парикмахерская, киоск по продаже самсы, молочный завод. Каждый ученик высказывает свои предположения о том, кто является прямыми и косвенными конкурентами для его бизнеса, учащиеся дополняют с мест.

При выполнении задания 2 учитель должен понять, насколько хорошо ученики усвоили теоретический материал урока. Если у каких-то учеников возникнут трудности при приведении примеров, вы можете попросить других учеников, которые хорошо усвоили пройденный материал, объяснить эти понятия своим одноклассникам.

Во время выполнения задания 3 учитель может поделить класс на пять групп, каждая из которых должна будет за определенное время придумать как можно больше вариантов для того, чтобы их бизнес выделился среди конкурентов

Этап 3. Рефлексивно-завершающий

<p>Конец урока 10 мин</p>	<p>Перед выполнением задания 4 попросите учащихся своими словами пересказать суть конкурентных стратегий, с которыми они познакомились: минимизации издержек, лидерства в продукте и концентрированного маркетинга. При ответе на задание ученики должны будут обосновать, почему они выбрали ту или иную стратегию</p>	<p>Учебник Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co). Видеоурок: «Развитие конкуренции в современных условиях»: https://youtu.be/73q6A-sp2Ko</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>В конце прохождения темы каждый ученик пишет на своем листке, достиг ли он цель частично или полностью.</p> 	<p>Ватман или флипчарт (На листе ватмана изображено дерево). Листочки зеленого цвета.</p>
<p>Оценивание</p>	<p>На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для учеников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на платформе onlinemektep.org.</p>	

Тема «Введение в маркетинг»

Раздел:	Маркетинг	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:

Тема урока	Введение в маркетинг.
Цели обучения в соответствии с учебной программой	Объяснять понятие и функции маркетинга; Различать маркетинговую стратегию продукта и предприятия
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • узнать, что такое маркетинг; • изучить его основные функции; • понять, чем отличается маркетинговая стратегия предприятия и тактика продвижения продукта; • рассмотреть различия в маркетинге товаров и услуг


Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога и ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный		
Начало урока 10 мин	<p>Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.</p> <p>Упражнение «Пожалуйста»</p> <p>Цель: Поднять настроение, и настроится на дальнейшие упражнения.</p> <p>Вариант 1. Все участники игры вместе с ведущим становятся в круг. Ведущий говорит, что он будет показывать разные движения (физкультурные, танцевальные, шуточные), а играющие должны их повторять лишь в том случае, если он к показу добавит слово «пожалуйста». Кто ошибется, выбывает из игры.</p> <p>Вариант 2. Игра идет так же, как в первом варианте, но только тот, кто ошибется, выходит на середину и выполняет какое-нибудь задание, например, улыбнуться, попрыгать на одной ноге и т.д. Примечание: с самого начала оговорить, что это шуточное упражнение и не стоит принимать его в серьез (обижаться)</p> <p>Определение цели и темы урока</p>	<p>Учебник для 10 класса. 2-часть Основы предпринимательства и бизнеса: /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г.- 1часть - 144 с.</p>

Этап 2. Теоретическо-практический

<p>Середин а урока 25 минут</p>	<p>Работа с упражнениями по учебнику.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>В этой части мы много говорили об автомобилях. Подумайте, какие потребительские инсайты были заложены в BMW, а какие в Peugeot</p> <p>Посмотрите рекламные ролики BMW и Peugeot. Постарайтесь описать те эмоции и чувства, которые у вас вызывает их просмотр.</p> <ul style="list-style-type: none">• Как вы считаете, являются ли ролики полетом фантазии креативщиков или четко выверенными посланиями, которые компании хотят до вас донести?• Как создаются эти послания, на ваш взгляд? <p>Рекламный ролик BMW https://www.youtube.com/watch?time_continue=24&v=q-dM6rLnL1I https://www.youtube.com/watch?v=ww_rvoENyPk</p> <p>Рекламный ролик Peugeot https://www.youtube.com/watch?v=s31Mu7o1NZk https://www.youtube.com/watch?v=ir07QlklPbI</p> <p>Задание 2</p> <p>Вспомните, какие стратегические решения вы принимали в своей жизни. Они могут относиться к учёбе, к вашему поведению или будущему. А теперь подумайте, какие тактические действия вы предприняли, чтобы этого достичь.</p> <p>Задание 3</p> <p>Попробуйте вспомнить несколько продуктов, которые претерпели изменения в последнее время. Что это за продукты? Какие изменения произошли? Оцените, насколько сложно их было реализовать компании, и насколько они значимы для потребителя. Например, Соса-</p>	<p>Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 10-класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с. Учебник, интерактивная доска</p> <p>Презентация урока</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>
--	--	---

	<p>Cola выпустила Cola в упаковке 0,25 мл. Для компании это незначительные усилия, для потребителя — весомое преимущество в удобстве использования.</p> <p>Задание 4 Приведите примеры товара и услуги. Расскажите, чем будут отличаться маркетинговые подходы к их продвижению на рынке?</p> <p>Задание 5 Маркетинг сейчас становится одной из ключевых функций в казахстанских компаниях. Некоторые из них заметно преуспевают в этой сфере. Внесите в таблицу названия трёх казахстанских компаний или брендов, которые, на ваш взгляд, отличаются высокой маркетинговой ориентированностью. Назовите не менее трёх причин или отличий этих компаний от конкурентов, которые позволяют вам выделить их на насыщенном рынке.</p> <p>Задание 6 Из перечисленных ниже факторов выберите те, которые контролирует служба маркетинга в компании. Укажите это в таблице, поставив «+» и «-» для каждого фактора. Учитель с учениками разбирают кейс с учебника</p>	
Этап 3. Рефлексивно-завершающий		
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p>Задание 7 Теперь, когда вы получили представление о том, что такое маркетинг, вы можете приступить к выполнению задания, которое вы будете делать в течение всей четверти. Вам необходимо разбиться на команды из 3-5 человек. Каждая команда должна выбрать реальный продукт повседневного спроса (FMCG, то есть fast moving consumer good) из представленного учителем списка. На протяжении всей четверти вы будете разрабатывать для него маркетинговую</p>	<p>Учебник Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co). Видеоурок. «Введение в</p>

	<p>стратегию (определить его целевую аудиторию, придумать слоган, нейминг, офлайн и онлайн каналы коммуникации, сформировать внешний вид рекламной продукции и позиционирование в социальных сетях). По результатам четверти каждая из компаний - партнёров, которые предложили для вас свои продукты, выберет лучшие маркетинговые концепции для награждения победителей.</p> <p><i>Относительно проектной разработки продукта отечественного производителя ученикам рекомендуется описать, как маркетинг влияет на производство выбранного продукта в виде поста в блоге. Форма завершения — пост в интернете с #хэштегом названия продукта и производителя.</i></p>	<p>маркетинг. Маркетинг-микс»: https://youtu.be/TyMbIQXKI9k</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>Учитель проводит обсуждение, подводит итог и даёт обратную связь.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, мясорубка, корзина»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем</p> <p>Мясорубка - информацию переработая</p> <p>Корзина – все выброшу</p> <p><i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i></p>	
<p>Оценивание</p>	<p>На уроке можно организовать самооценивание и взаимооценивание.</p> <p>Также можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на цифровых платформах</p>	


Тема «Диджитал – маркетинг»

Раздел:	Маркетинг	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Диджитал- маркетинг	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Различать комплекс маркетинговых коммуникаций ATL, BTL;</p> <p>Составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством ATL, BTL</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Научиться различать комплекс маркетинговых коммуникаций ATL, BTL. • Научиться составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством ATL, BTL. 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога и ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный		
Начало урока 10 мин.	<p>Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.</p> <p><i>Упражнение «Сова»</i></p> <p>Цель: Тренировка быстроты реакции, наблюдательности, умения действовать в соответствии с быстро меняющейся ситуацией. Описание упражнения: Один из участников – водящий – изображает «сову», которая в дневное время охраняет свою добычу. Но, будучи птицей ночной, на ярком солнечном свете она ничего не видит (глаза водящего закрыты или завязаны) и поэтому не может летать (запрещено сходить со своего места). «Добыча»,</p>	<p>Учебник для 10 класса. 1-часть Основы предпринимательства и бизнеса: /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019</p>

	<p>которую изображают 10-15 смятых листов бумаги, лежит у ног водящего.</p> <p>Остальные участники располагаются вокруг, изображая стаю «дневных птиц», и по сигналу ведущего пытаются украсть у «совы» ее «добычу». Тот, кого поймала «сова», выбывает из игры. За одну попытку разрешается утащить только один кусок «добычи». Побеждает и награждается аплодисментами тот участник, который добудет больше всего таких кусков.</p> <p>Обсуждение:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Какими качествами «совы» и «дневных птиц» определялся их успех в этой игре? ♣ Где в реальной жизни востребованы эти качества? <p>Определение цели и темы урока</p>	
<p>Этап 2. Теоретическо-практический</p>		
<p>Середина урока</p> <p>25 минут</p>	<p>Учитель объясняет теорию маркетинговых коммуникаций. <i>Маркетинговые коммуникации</i> представляют собой непрерывный процесс информационного взаимодействия компании или бренда с целевой аудиторией.</p> <p>Затем ученикам даёт задание 1</p> <p><i>Каждый день мы сталкиваемся с массой сообщений от производителей. Какие-то надолго западают нам в память. вспомните, какие сообщения (какие продукты и производители) вам наиболее запомнились за последнее время? Где вы их видели или слышали? Почему они вам запомнились? Чем они отличаются от других?</i></p> <p>После выполнения задания, учитель объясняет этапы маркетинговой коммуникации.</p> <p>Этап 1. Определение целей коммуникации и целевой аудитории (ЦА).</p>	<p>Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 10-класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. Учебник, интерактивная доска</p> <p>Презентация урока</p>

	<p>Этап 2. Разработка плана коммуникаций, определение каналов коммуникаций и расчёт бюджета.</p> <p>Этап 3. Разработка креативной концепции, ключевого сообщения и изображения.</p> <p>Затем ученики выполняют Задание 2</p> <p><i>Посмотрите на несколько рекламных кампаний питьевой воды с учебника. Подумайте и скажите, какое основное сообщение хотела донести кампания? Какая из кампаний больше запомнится и повлияет на дальнейшую покупку? Почему вы так думаете?</i></p> <p>Этап 4. Оценка эффективности коммуникаций.</p> <p>Задание 3</p> <p><i>Определите цели коммуникаций в зависимости от ситуаций, в которых находится компания. Подумайте, через какие каналы вы бы распространяли сообщения или проводили какие-либо мероприятия. Какие мероприятия вы порекомендуете этим компаниям?</i></p>	<p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>
<p>Этап 3. Рефлексивно-завершающий</p>		
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p>Если остаётся время учитель с учениками разбирают кейс с учебника</p> <p>Ученики в свободное время создают рекламное сообщение. Форма завершения — пост в интернете с #хэштегом названия продукта и производителя.</p>	<p>Учебник</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>Учитель проводит обсуждение, подводит итог и даёт обратную связь.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, мясорубка, корзина»</p> <p style="text-align: center;">  </p> <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем</p> <p>Мясорубка - информацию переработаю</p>	<p>Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co). Видеоурок «Маркетинговые</p>

	Корзина – все выброшу <i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i>	коммуникации»: https://youtu.be/J6zyiRJ5u-0
Оценивание	На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для старшеклассников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на платформе onlinemektep.org .	

Тема «Маркетинговые войны»

Раздел:	Маркетинг	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Маркетинговые войны	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	Понимают суть и причины возникновения маркетинговых войн Знают ключевые стратегии маркетинговых войн	
Цели урока	Умеют использовать знания о маркетинговых стратегиях при реализации собственных бизнес-проектов. Применяют полученные знания для защиты от последствий маркетинговых войн	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога и ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный		
Начало урока 10 мин.	Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе. Упражнение: «Умею ли я оказывать внимание другим» Цель: тренировка коммуникативных навыков участников. Участники образуют 2 круга: один из	Учебник (1-часть) Основы предпринимательства и бизнеса: /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы:

	<p>внутреннего круга оказывает положительный знак внимания стоящему напротив, говоря о его личных качествах, умениях, внешности, манере поведения. «Внешний» отвечает: «Да, спасибо, я тоже думаю, что я... Но кроме того, я еще умею хорошо...» Далее они меняются ролями.</p> <p>Определение цели и темы урока</p>	<p>«Көкжиек-Горизонт», 2019 г</p>
<p>Этап 2. Теоретическо-практический</p>		
<p>Середина урока</p> <p>25 минут</p>	<p>Учитель объясняет теоретическую часть урока с учебника</p> <p>Далее проводится работа с упражнениями по учебнику.</p> <p>Задание 1</p> <p>Подумайте, почему некоторые магазины и кафе вы посещаете с удовольствием, а другие обходите стороной? С чем связаны ваши предпочтения?</p> <p>Задание 2</p> <p>Какие физические атрибуты вы считаете важными для книжного магазина, цветочной лавки, овощного киоска?</p> <p>Задание 3</p> <p>Давайте попробуем сделать маркетинговой стратегии на основании базовой концепции «4Р» для производителя мороженого.</p> <p>Шаг 1. Выберите те «Р», которые лучше всего подходят для компании. В зависимости от сферы деятельности набор «Р» может меняться.</p> <p>Для мороженого таким набором может стать: стандартные «4Р» (продукт, место продажи, цена, продвижение) + упаковка, позиционирование, прибыль. Выбор</p>	<p>Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г. – 108 с.</p> <p>Учебник, интерактивная доска</p> <p>Презентация урока</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>

последних трех «Р» обусловлен характером продукта, зачастую это импульсный товар, который покупатель должен захотеть прямо сейчас — на это будет работать упаковка и позиционирование. Ввиду того, что продажа мороженого требует больших ресурсов для развития морозильной инфраструктуры и рекламы, был включён элемент «прибыль» как оценочный показатель эффективности всей деятельности.

Шаг 2. Представьте идеальное состояние товара или услуги компании по каждому из выбранных «Р». Описание «идеального состояния» следует сделать в измеримых показателях, чтобы потом можно было отслеживать и корректировать планы.

Шаг 3. Опишите фактическое состояние товара компании по каждому «Р», используя опросы потребителей, собственное мнение и экспертное мнение сотрудников компании. Для простоты визуализации текущего положения дел можно использовать смайлики.

Шаг 4. Сформулируйте корректирующие действия, которые впоследствии лягут в основу маркетингового плана.

Шаг 5. Расставьте приоритеты проведения корректирующих мер для формирования правильной последовательности действий и эффективного распределения рекламного бюджета.

Шаг 6. В соответствии с определёнными приоритетами эффективно распределите рекламный бюджет и имеющиеся ресурсы.

	Составьте маркетинговый план. (таблица с учебника)	
Задание 4		
	Создайте модель маркетинговой стратегии «4Р» для выбранного вами продукта. Учитель с учениками разбирают кейс с учебника	
Этап 3. Рефлексивно-завершающий		
Конец урока 10 мин	Относительно проектной разработки продукта отечественного производителя ученикам рекомендуется описать выбранный продукт, разобрав по 4Р и 4С. Форма завершения — пост в интернете с #хэштегом названия продукта и производителя.	Учебник Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co).
Рефлексия	Рефлексия настроения и эмоционального состояния: Выбери фразу для соседа по парте: -Ты молодец, -Я доволен твоей работой на уроке, -Ты мог бы поработать лучше	
Оценивание	На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для старшеклассников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на цифровых платформах, например, платформе onlinemektep.org.	

Тема «SWOT- анализ»

Раздел:	Маркетинг	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	SWOT- анализ	

Цели обучения в соответствии с учебной программой	Понимать назначение SWOT-анализа; Применять на практике SWOT-анализ при оценке сильных и слабых сторон изучаемого продукта
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Познакомиться с понятием «уникальное торговое предложение». • Научиться формулировать УТП по результатам проведенного SWOT-анализа.

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога и ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный		
Начало урока 10 мин.	<p>Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.</p> <p>Учитель сообщает: «Здравствуйте, ребята! Мы как всегда рады видеть друг друга и готовы к совместной творческой работе. Перед вами на столах лежат цветные полоски: красная, синяя, зеленая. Посмотрите на них внимательно и выберите ту, которой соответствует ваше эмоциональное настроение именно сейчас. Красный цвет – вы полны энергии, готовы активно работать. Зеленый цвет – вы спокойны, вам всё равно, что будет происходить на уроке. Синий цвет – вы хотите узнать что-то «новое». Спасибо! Надеюсь, что сегодня на уроке все будет хорошо работать и к концу урока у всех будет хорошее настроение!».</p> <p>Определение цели и темы урока</p>	<p>Цветные полоски: красная, синяя, зеленая</p> <p>Учебник для 10 класса. 1-часть Основы предпринимательства и бизнеса: /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г.</p>
Этап 2. Теоретическо-практический		
Середина урока	На предыдущем уроке вы познакомились с тем, что такое SWOT-анализ и для чего он нужен. На этом уроке вы попробуете	Методическое пособие: Основы

25 минут	<p>сделать SWOT-анализ самостоятельно для выбранного вами ранее продукта. Вам нужно будет провести SWOT-анализ поэтапно.</p> <p>1. Сейчас вы больше знаете о своём продукте, бренде и компании-производителе. Основываясь на вторичных данных, результатах опроса и ваших личных наблюдениях, составьте матрицу SWOT для своего продукта. Вам будет необходимо определить SWOT-аргументы и дать им описание.</p> <p>2. Определите важность каждого аргумента и пронумеруйте их. Самый важный аргумент из столбца «сильные стороны» получит индекс S1, затем по убывающей S2, S3 и т. д. То же самое проделайте со всеми остальными столбцами (W, O, T).</p> <p>3. Соотнесите элементы внутренней среды с элементами внешней среды и заполните таблицу, отмечая плюсами («+») клетки, где наблюдается взаимосвязь</p> <p>4. Проанализируйте выделенные взаимосвязи. Распишите, какие выводы можно сделать для каждого случая, где вы наблюдали «+».</p>	<p>предпринимательства и бизнеса 10-класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г.</p> <p>Учебник, интерактивная доска</p> <p>Презентация урока</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>
Этап 3. Рефлексивно-завершающий		
Конец урока 10 мин	<p>Относительно проектной разработки продукта отечественного производителя ученикам рекомендуется сформировать SWOT-анализ выбранного продукта относительно продуктов конкурентов.</p> <p>Форма завершения — пост в интернете с #хэштегом названия продукта и производителя</p>	<p>Учебник</p> <p>Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Akademy (atameken.co).</p>
Рефлексия	<p>«Комплимент»</p> <p>Для того чтобы закончить урок на</p>	

	положительной ноте можно воспользоваться одним из вариантов упражнения «Комплимент» (Комплимент-похвала, Комплимент деловым качествам, Комплимент в чувствах), в котором учащиеся оценивают вклад друг друга в урок и благодарят друг друга и учителя за проведенный урок. Такой вариант окончания урока дает возможность удовлетворения потребности в признании личностной значимости каждого.	
Оценивание	На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание	

Тема «Бренд»

Раздел:	Маркетинг	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Бренд	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Знает основные составляющие бренда</p> <p>Различает описательную и творческую плоскость бренда</p> <p>Применяет навыки для описания платформы бренда</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Познакомиться с основными составляющими бренда. • Научиться различать описательную и творческую плоскость бренда. • Научиться применять навыки для описания платформы бренда 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога и ученика	Ресурсы
----------------------	-----------------------------	---------

Этап 1. Организационно-мотивационный		
<p>Начало урока 10 мин.</p>	<p>Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.</p> <p><i>Упражнение «Круг знакомств»</i></p> <p>Цель: Сплотить и раскрепостить учеников. Ход упражнения: Участники встают в круг. По очереди один участник делает шаг в середину, называет свое имя, показывает какое-нибудь движение или жест, свойственный ему или придуманный, затем возвращается на прежнее место.</p> <p>Все игроки повторяют как можно точнее его движение, интонацию, мимику. Если с первого раза не получается верно повторить жест или звук, следует повторить попытку. Далее другой участник выходит в круг, называет свое имя, предлагает свои движения и/или звуки, и все стараются максимально точно их повторить, и так далее, пока каждый из участников не предложит что-то и остальные не повторят это как можно точнее.</p> <p>Определение цели и темы урока</p>	<p>Учебник для 10 класса. 1-часть Основы предпринимательства и бизнеса: /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г.</p>
Этап 2. Теоретическо-практический		
<p>Середина урока 25 минут</p>	<p>Самостоятельное заполнение схемы платформы бренда для выбранного ранее школьниками продукта.</p> <p>Ещё раз посмотрите с учениками схему платформы бренда из предыдущего теоретического урока. Убедитесь, что учащиеся понимают значение каждого элемента пирамиды бренда. Спросите, есть ли у них вопросы. Затем подготовьте пространство для работы, чтобы ученики каждой группы могли собраться вместе и не мешать друг другу.</p> <p>Не вмешивайтесь в их командную работу, если они вас об этом не попросят. В то же</p>	<p>Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 10-класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы: «Көкжиек-</p>

время, вы можете помочь им организовать эту работу — предложить распределить роли в команде, выбрать лидера, помочь принять решение, если ученики не могут прийти к общему выводу.

Например, они могут устроить голосование за то или иное решение или формулировку. Сообщите им, что последние 15 минут урока будут посвящены презентации их бренд-пирамид.

Для этого вы можете выдать им листы ватмана, где они смогут нарисовать свои брендпирамиды и затем наглядно продемонстрировать их классу. Во время презентации задавайте наводящие вопросы, чтобы ученики как можно более полно раскрыли позиционирование их брендов.

Задание 1

Используя схему платформы бренда, заполните её для вашего продукта с учётом тех целей, которые стоят перед вами.



Подготовьте небольшой рассказ-презентацию о вашем бренде на основании всех отдельных элементов платформы бренда.

Горизонт»,
2019 г.
Учебник,
интерактивная
доска

Презентация
урока

Учебник
«Основы
предпринимат
ельства и
бизнеса» Е.С.
Дуйсеханов,
С.А. Щеглов,
Д.Ханин, А.А.
Сейтенова

Этап 3. Рефлексивно-завершающий


Конец урока 10 мин	Презентации бренд-пирамид команд и подведение итогов.	Учебник
Рефлексия	<p>Учитель проводит обсуждение, подводит итог и даёт обратную связь.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, мясорубка, корзина»</p> <p style="text-align: center;">  </p> <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем Мясорубка - информацию переработаю Корзина – все выброшу <i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i></p>	Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co).
Оценивание	На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для старшеклассников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на цифровых платформах	

Тема «Финансовая модель и способы ее построения»

Раздел:	Финансовое планирование и моделирование	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Бизнес-ресурсы и управление ресурсами	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Понимают значение финансовой модели для создания собственного бизнеса.</p> <p>Знают алгоритмы построения финансовой модели.</p> <p>Умеют анализировать ключевые показатели финансовой модели.</p> <p>Применяют навыки построения финансовой модели.</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Знать, что такое финансовые ресурсы. • Знать, как составлять финансовую модель. • Уметь анализировать финансовую модель. 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный			
Начало урока 10 минут	Учитель здоровается с учениками и сообщает, что на сегодняшнем уроке разбирают финансовые ресурсы, и составляют финансовую модель.	Ученики отвечают на вопрос: какие ресурсы в их стартапе будут обязательными, а какие желательными.	Учебник для 11 класса. 1 часть Основы предпринимательства и бизнеса/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева. — Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020.
Этап 2. Теоретическо-практический			
Середина урока 25 минут	Учитель знакомит с блоком по определению финансов. Можно попросить учеников назвать финансовые ресурсы для их стартапов. Учащиеся могут назвать следующие типы финансовых ресурсов: собственный капитал, прибыль, полученные кредиты и размещенные на рынке ценные бумаги. Очевидно, что они не могут в полной мере оценить финансовые ресурсы своих стартапов, так как они еще не получают прибыли. Предложите им представить, что их стартап уже функционирует и с этой позиции оценить его финансовые ресурсы.	Ученики отвечают на вопросы учителя: какие денежные потоки будут в стартапах учащихся. Среди движений средств стартапа обучающиеся могут назвать: расходы на оплату труда, покупку активов,	Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 11 класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов .- Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020 г. Учебник Листы бумаги формата А4, маркеры Учебник, таблица для

	<p>Спросите, есть ли вопросы по теории. Если есть, объясните непонятные моменты и приведите свои примеры.</p> <p>Учитель знакомит с блоком теории по теме «Финансовая модель». Они также могут представить, что их стартап уже работает, чтобы оценить, на что они действительно могут тратить средства во время его работы.</p>	<p>покупку сырья и материалов, выплату кредитов или займов.</p>	<p>заполнения</p>
<p>Этап 3. Рефлексивно-завершающий</p>			
<p>Конец урока 10-минут</p>	<p>После обсуждения учитель переходит к выполнению задания 1 в учебнике в командах. Подведите итоги, какие выводы сделали команды о финансах в своем стартапе. Как таблица помогла увидеть картину на год? Что они решили улучшить, сократить или добавить? Если останется время, учитель проводит обсуждение, даёт обратную связь</p> <div data-bbox="528 1632 820 1720" style="background-color: #ff00ff; color: white; text-align: center; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>Рефлексия</p> </div> <p>«Чемодан, миксерука, корзина»</p> <div data-bbox="497 1789 813 1872" style="text-align: center;">  </div> <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем</p>	<p>Ученики выполняют задание 1 в учебнике и дают обратную связь.</p> <p>Учащимся предоставляется достаточно времени на расчёты, а если останется время, можно попросить презентовать свои модели перед</p>	<p>Учебник Листы бумаги формата А4, маркеры</p> <p>Учебник, таблица для заполнения Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co). Видеоурок «Ключевые ресурсы»: https://youtu.be/7XGkv176kwQ</p>

	<p>Мясорубка - информацию переработаю</p> <p>Корзина – все выброшу</p> <p><i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i></p>	классом и обсудить их.	
Оценивание	<p>На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для старшеклассников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на цифровых платформах</p> <p>Вопросы для самопроверки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое «финансовые ресурсы»? 2. Что такое «финансовая модель»? Как ее составить? 3. Зачем нужна финансовая модель? 		


Тема «Бюджетирование»

Раздел:	Финансовое планирование и моделирование	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Управление личным бюджетом	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Понимают значение термина «бюджетирование».</p> <p>Знают правила составления бюджета.</p> <p>Умеют интерпретировать понятие «бюджетирование».</p> <p>Применяют навыки бюджетирования в жизненных ситуациях.</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Сформировать у учеников позитивное отношение к финансовому планированию и составлению бюджета. • Познакомить с принципами ведения личных финансов. • Познакомить с финансовыми сценариями. • Помочь в развитии навыков постановки финансовых целей и понимания того, как их достичь. 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный			
Начало урока 10 минут	<p>Учитель здоровается с учениками и сообщает, что на сегодняшнем уроке продолжают разбирать тему: «Управление личным бюджетом».</p> <p>Сначала учащиеся знакомятся с блоком «Как контролировать свои расходы и откладывать больше», затем выполняют Задание 1.</p> <p>Обсудите в классе, на что и как распределили деньги учащиеся. Можно попросить записать данные в таблицу. Вспомните принципы богатого и бедного папы.</p>	Ученики отвечают на вопросы учителя и выполняют задание 1	<p>Учебник для 11 класса. 2 часть Основы предпринимательства и бизнеса/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева.</p> <p>—</p> <p>Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020.</p>
Этап 2. Теоретическо-практический			
Середина урока 25 минут	<p>Учитель знакомит со следующей блоком информации «Как понять, на чём можно сэкономить» и «Как быстро накопить деньги на машину или другую дорогую вещь» затем ученики выполняют Задание 2.</p> <p>Снова попросите учеников нарисовать таблицу или схему, так им будет нагляднее представить свои доходы, расходы и накопления. Обсудите в классе.</p>	Ученики отвечают на вопросы в задании 2: «Что бы вы хотели приобрести? Следуйте алгоритму: 1. Определите, какая	Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 11 класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов .-

	<p>Затем учитель знакомит учащихся с принципами планирования бюджета и финансовыми сценариями.</p> <p>Задание 3.</p> <p>Попросите учащихся прочитать текст и определить, почему они покупают вещи.</p> <p>Предоставляя возможность выполнить завершающее урок задание, необходимо отметить, что одной из проблем современности являются спонтанные или так называемые эмоциональные покупки. Во-первых, на это работают целые индустрии, готовые продать нам все что угодно; во-вторых, наше подсознание получает удовольствие от совершения покупок, правда, ненадолго. Мы знакомим с причинами шоппоголизма и задаем вопрос о том, какие из причин чаще всего заставляют их покупать? Очень полезным для управления собственным эго будет осознание причин, мотивирующих бездумно приобретать и потреблять.</p> <p>Вторая часть задания заключается в том, чтобы составить свои рекомендации, как не стать шоппоголиком.</p>	<p>сумма вам нужна.</p> <p>2. Посмотрите на свои расходы и рассчитайте, сколько денег вы можете откладывать в месяц.</p> <p>3. Посчитайте, сколько месяцев вам понадобится, чтобы накопить нужную сумму денег.</p> <p>4. Подумайте, какие расходы вы могли бы сократить, чтобы накопить нужную сумму быстрее». Ученики выполняют задание 3.</p>	<p>Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020</p> <p>Учебник, интерактивная доска</p> <p>Учебник, таблица для заполнения</p> <p>Видеоурок «КМФ. Урок №1- Домашний бюджет и финансовое планирование в семье»: https://youtu.be/iGsbdlvxpSg</p> <p>Видеоурок «КМФ. Урок №2 - Учет финансов моей семьи»: https://youtu.be/iGsbdlvxpSg</p>
--	--	---	--

			tu.be/TB1y6Pffkjs
Этап 3. Рефлексивно-завершающий			
Конец урока 10-минут	<p>Задание 4 учитель задаёт на дом. Главное, что должны усвоить дети — чем раньше они начнут анализировать свои доходы и расходы, тем эффективнее будет их финансовая стратегия в жизни, тем быстрее они смогут достичь своих целей. Если останется время, учитель проводит обсуждение, даёт обратную связь.</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, мясорубка, корзина»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем</p> <p>Мясорубка - информацию переработаю</p> <p>Корзина – все выброшу</p> <p><i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i></p>	Ученики дают обратную связь	Учебник Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co).
Оценивание	<p>На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для старшеклассников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на цифровых платформах</p> <p>Учитель проводит оценивание и даёт обратную связь.</p> <p>Дескрипторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Могут понимать основы управления личным бюджетом. • Применяют инструменты управления личным бюджетом. <p>Вопросы для самопроверки</p> <p>1. Как оценить стоимость квартиры и машины, которые вам по карману?</p>		

	<p>2. Как можно контролировать свои расходы, чтобы откладывать больше?</p> <p>3. Как понять, на чем можно экономить?</p> <p>4. Как быстро накопить деньги?</p> <p>5. В чём разница между бедностью, комфортом и богатством?</p> <p>6. Почему люди стремятся покупать новые вещи?</p>
--	--

Тема «Ценовая политика»

Раздел:	Финансовое планирование и моделирование	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Ценообразование – сущность и функции цены, как экономической категории	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Понимают принципы формирования ценовой политики.</p> <p>Знают экономический эффект ценовой политики для бизнеса.</p> <p>Умеют перечислять факторы, влияющие на формирование ценовой политики.</p> <p>Применяют знания о ценовой политике для объяснения стоимости товаров и услуг.</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • понимать сущность и функции цены как экономической категории; • описывать структуру ценообразования; • понимать сущность ценовой политики; • различать ценовые стратегии 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога и ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный		
Начало урока 10 мин.	Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.	Цветные полоски: красная,

	<p>«Здравствуйте, ребята! Мы как всегда рады видеть друг друга и готовы к совместной творческой работе. Перед вами на столах лежат цветные полоски: красная, синяя, зеленая. Посмотрите на них внимательно и выберите ту, которой соответствует ваше эмоциональное настроение именно сейчас. Красный цвет – вы полны энергии, готовы активно работать. Зеленый цвет – вы спокойны, вам всё равно, что будет происходить на уроке.</p> <p>Синий цвет – вы хотите узнать что-то «новое». Спасибо! Надеюсь, что сегодня на уроке все будут хорошо работать и к концу урока у всех будет хорошее настроение!»</p> <p>Определение цели и темы урока</p> <p>На этом уроке учащиеся познакомятся с тем, что такое цена, и как определяется стоимость на товары и услуги на примерах различных экономических теорий (теория трудовой стоимости, предельной полезности и издержек производства). Также они рассмотрят структуру ценообразования, ценовые политики и ценовые стратегии фирм.</p>	<p>зеленая, синяя</p> <p>Учебник (1-часть) Основы предпринимательства и бизнеса: /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2019 г.</p>
<p>Этап 2. Теоретическо-практический</p>		
<p>Середина урока 25 минут</p>	<p>Исходя из материала учебника, учитель показывает три типа ценообразования, соответствующих трем теориям: трудовой стоимости, предельной полезности, издержек производства.</p> <p>Учитель рассказывает об основных факторах, влияющих на изменение цены. В том числе раскрывается понятие yield management – процесса, с помощью которого организация анализирует и прогнозирует поведение клиента, чтобы определить наилучший способ повышения рентабельности бизнеса за</p>	<p>Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 10-класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, А. А. Сейтенова.- Алматы:</p>

	<p>счет минимизации отходов скоропортящихся ресурсов. Термин был предложен главным исполнительным председателем American Airlines Робертом Крэндаллом (см.http://whitebiz.info/management/chtotakoe-yield-management).</p> <p>Затем учитель разъясняет, почему в цену каждого продукта заложена стоимость других продуктов и услуг, участвующих в его создании и процессе продажи. Эта теория иллюстрируется примером формирования цены на яблоки.</p> <p>Затем учитель выделяет такие моменты, влияющие на ценовую политику фирм, как фиксированные и подвижные цены (или изменение цены), конкуренцию (какова была конкуренция на начало продаж и спустя время), цели компании, маркетинговую стратегию, целевую аудиторию продукта. По ходу обсуждения записывайте составляющие ценовой политики по пунктам на доске.</p> <p>Далее учитель знакомит класс с понятием «ценовая стратегия». Учитель предлагает учащимся предугадать, в чем заключается суть каждой стратегии, исходя из говорящего названия. На каждый вид стратегии ученики приводят свои примеры. Данная часть урока проходит в открытой дискуссии учителя и учеников.</p> <p>Работа с упражнениями по учебнику Задание 1.</p> <p>А теперь попробуйте сами назначить цену на товар, следуя каждой из четырех теорий: трудовой стоимости, предельной полезности, издержек производства, спроса и предложения.</p> <p>Скажем, вы шьете мужские рубашки вручную. Предположим, что на одну рубашку вам нужно три метра ткани.</p>	<p>«Көкжиек-Горизонт», 2019 г. Учебник, интерактивная доска</p> <p>Презентация урока</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p> <p>Флипчарт, фломастеры или маркеры</p>
--	--	--

	<p>Стоимость одного метра ткани – 1000 тенге. Зарплата швеи за одну рубашку – 3000 тенге. В онлайн-магазине Tsuname Shop мужская рубашка ручной работы стоит 10 000 тенге.</p> <p><i>Задание дает возможность учащимся применить на практике знания о теориях ценообразования, полученные на уроке. Оценка ответов учеников производится, исходя из обоснованности результата, а не конкретной цены.</i></p> <p>Задание 2.</p> <p>Выберете любой продукт и примите решение о его стоимости. Обоснуйте свое решение. Затем сравните выбранную вами цену с реальной ценой на аналогичный продукт в вашем городе (селе и т. д.).</p> <p><i>Задание предлагается выполнять в парах (по усмотрению учителя), где один учащийся называет продукт, а второй выводит его ориентировочную стоимость, затем ученики сравнивают полученное значение с существующим на рынке. Затем учащиеся меняются ролями и анализируют цену другого продукта. Учитель задает вопрос, у кого из учащихся цены совпали с рыночными, и просит пояснить их подход к ценообразованию. Учитель опрашивает 4-5 учеников.</i></p> <p>Задание 3.</p> <p>Представьте, что вы предприниматель. Вам нужно будет выбрать ценовую стратегию своей фирмы и обосновать ее для следующих видов продуктов и услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. женская одежда; б. театральная постановка; в. салон красоты; г. мужские галстуки; д. подписка на журнал. <p><i>Чтобы разделить учащихся на группы, подготовьте карточки по количеству</i></p>	<p>Карточки по количеству учеников в классе. Карточки содержат название продуктов и услуг: «женская одежда», «театральная постановка», «салон красоты», «мужские галстуки», «подписка на журнал».</p>
--	---	---

	<p>учеников в классе. Карточки содержат название продуктов и услуг: «женская одежда», «театральная постановка», «салон красоты», «мужские галстуки», «подписка на журнал». Ученики, вытянувшие карточки одинакового содержания, формируют одну группу. После 10-15 минут обсуждения каждая группа презентует свою ценовую стратегию и её обоснование.</p>	
<p>Этап 3. Рефлексивно-завершающий</p>		
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p>Учитель подводит итоги урока: «Сегодня вы поняли сущность и функции цены как экономической категории и узнали, как устанавливается цена, разобрали теории стоимости и структуру цен. Мы разобрали, ценовую политику и ценовую стратегию фирм, виды ценовой стратегии. Также мы поняли насколько важно регулирование цен со стороны государства в наиболее социально значимых товарах и услугах (стоимость хлеба, бензина, тарифы грузоперевозок, стоимость электроэнергии, услуги телефонной связи, почты, стоимость газа и др). В остальных же сегментах, сам рынок формирует стоимость и государство не должно вмешиваться в процесс ценообразования, тем самым обеспечив свободу рынка и конкуренции»</p>	<p>Учебник Материалы (видеоуроки) образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co). Видеоурок «Ценообразование – сущность и функции цены как экономической категории»: https://youtu.be/QesIQEISSU</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>«Комплимент» Для того чтобы закончить урок на положительной ноте можно воспользоваться одним из вариантов упражнения «Комплимент» (Комплимент-похвала, Комплимент</p>	

	деловым качествам, Комплимент в чувствах), в котором учащиеся оценивают вклад друг друга в урок и благодарят друг друга и учителя за проведенный урок. Такой вариант окончания урока дает возможность удовлетворения потребности в признании личностной значимости каждого.	
Оценивание	На уроке можно организовать самооценивание и взаимооценивание	

Тема «Структура расходов»


Раздел:	Финансовое планирование и моделирование	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Управление расходами	
Цели обучения в соответствии с учебной программой	<p>Понимают основные принципы управления расходами.</p> <p>Знают роль грамотного управления расходами в бизнесе.</p> <p>Умеют рассуждать о правилах управления расходами.</p> <p>Применяют знания об управлении расходами в жизненных ситуациях.</p>	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Понимать структуру расходов. • Узнать, как можно минимизировать издержки. • Узнать, что такое «точка безубыточности». 	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный			

Начало урока 10 минут	Учитель здоровается с учениками и сообщает, что на сегодняшнем уроке разбирают знания о расходах стартапа, научатся подсчитывать издержки и определять точку безубыточности для своего стартапа.	Ученики отвечают на вопросы	Учебник для 11 класса. 1 часть Основы предпринимательства и бизнеса/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева. — Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020.
Этап 2. Теоретическо-практический			
Середина урока 25 минут	Учитель после ознакомления с теоретической частью спрашивает учеников, что осталось непонятным. Еще раз пройдитесь по основным понятиям и обсудите вместе с учащимися, что они отнесут к временным, а что к постоянным издержкам своего стартапа. Затем разберите вместе структуру издержек и точку безубыточности для стартапа Pillowz.kz. Далее предложите объединиться в команды и выполнить задания. В задании 1 предложите учащимся заносить данные сразу в таблицу, так будет удобнее анализировать. Уточните, что сейчас речь идет об MVP —	Ученики разбирают структуру расходов и отвечают на вопросы учителя	Методическое пособие: Основы предпринимательства и бизнеса 11 класс/ Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов - Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020 г. Учебник Листы бумаги формата А4, маркеры Учебник, таблица для заполнения

	<p>минимальном количестве ресурсов, партнеров и о той ключевой деятельности, которую ребята должны совершить, чтобы стартап запустился и начались первые продажи. Обсудите итоги в классе. Попросите команды дать обратную связь друг другу.</p> <p>Задание 2. Определите наиболее важные и значительные расходы, присущие бизнес-модели вашего стартапа. Обсудите итоги в классе. Попросите команды дать обратную связь друг другу.</p> <p>Задание 3. Постарайтесь разобрать ответ одной команды устно всем классом.</p> <p>Найдите точку безубыточности своего стартапа (какой объем продукции или услуг вам нужно продавать каждый месяц, чтобы ваш стартап был в плюсе, а не в минусе). Вспомните каналы доходов вашего стартапа, с которыми вы познакомились в первой четверти.</p>		
Этап 3. Рефлексивно-завершающий			
Конец урока 10-минут	Задание 4 задайте на дом. Если останется время, учитель проводит	Ученики дают	Учебник Материалы (видеоуроки)

	<p>обсуждение, даёт обратную связь</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p>«Чемодан, мясорубка, корзина»</p>  <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем Мясорубка - информацию переработаю Корзина – все выброшу <i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i></p>	обратную связь	образовательной онлайн-платформы Atameken Academy (atameken.co).
Оценивание	<p>На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Для старшекласников можно провести формативное оценивание с выполнением заданий на цифровой платформе</p> <p>Учитель проводит оценивание и даёт обратную связь.</p> <p>Дескрипторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понимают структуру расходов. • Могут анализировать структуру расходов и доходов стартап-проекта. <p>Вопросы для самопроверки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое «издержки»? 2. В чем разница между переменными и постоянными издержками? 3. Как можно минимизировать свои издержки? 		

Тема «Что означает предпринимательство?»


Раздел:	Финансовая грамотность	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Понятие предпринимательства	

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Познакомиться с понятиями «предпринимательство», «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо». • Узнать предмет, цели и задачи предпринимательства
------------	--

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный			
Начало урока 10 мин.	<p>Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.</p> <p><i>"Обмен настроением".</i> - Здравствуйте, ребята! Какое у вас сегодня настроение?</p>	<p>У детей на партах лежат "Словарики настроений". Учащиеся находят в списке прилагательное, которое описывает их настроение, и объясняют свой выбор.</p>	<p>Листочки разного цвета и с разными прилагательными.</p>
Этап 2. Теоретическо-практический			
Середина урока 25 минут	<p>Сегодняшняя наша цель - разобраться, что такое предпринимательство, кто такие предприниматели и бизнесмены, чем они отличаются от всех других людей, какие цели ставят перед собой.</p> <p>Кто такой предприниматель? Кто такой бизнесмен? Что нужно, чтобы стать предпринимателем?</p>	<p>Ученики отвечают на вопросы</p>	<p>Учебник, интерактивная доска</p> <p>Презентация урока.</p>

	<p>Чем они отличаются от всех других людей, Какие цели ставят перед собой?</p> <p>Затем учитель рассказывает классу об особенностях предпринимательского мышления, отличиях между предпринимателями и бизнесменами, предмете, целях и задачах предпринимательства.</p> <p>Задание 1 Назовите современных предпринимателей Казахстана, которых вы знаете.</p> <p>Кого можно считать самым значимым предпринимателем в Казахстане? Обоснуйте ваши примеры. Расскажите об их деятельности.</p> <p>После ответов учащихся учитель рассказывает об одном кейсе современного предпринимателя - например кейс - Арман Юсупов, сооснователь проектов Yuframe, SalamBro, 2any1, Marmelad Bar, “Топим жир” и онлайн-школы по интернет-маркетингу ПОТОК.</p> <p>Задание 2</p>	<p>Ученики выполняют задания и анализируют, называют предпринимателей Казахстана, выделяют самых успешных из них.</p> <p>Выделяют 5 преимуществ и 5 недостатков предпринимательства, анализируют</p>	<p>Презентация урока</p> <p>Карточки с изображениями людей разных профессий</p>
--	--	--	---

	<p>Укажите 5 преимуществ и недостатков занятия предпринимательства.</p> <p>Задание 3 Посмотрите внимательно на профессии и выберите те профессии, где необходимо предпринимательское мышление.</p> <p>Учитель после ответов детей объясняет особенности предпринимательского мышления.</p>	<p>Обучающиеся выбирают профессии, где необходимо предпринимательское мышление и обосновывают свой выбор</p>	
<p>Этап 3. Рефлексия</p>			
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p>Для закрепления пройденного материала 3-х минутное эссе «Почему бизнесмен и предприниматель — не одно и то же?».</p> <p>Если останется время, учитель проводит обсуждение, даёт обратную связь</p> <p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p>«Чемодан, мясорубка, корзина»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем Мясорубка - информацию переработаю Корзина – все выброшу</p>	<p>Обучающиеся в течение 3-х минут должны письменно ответить на вопрос, желающие зачитывают для всех.</p>	<p>Презентация урока</p>

	<p><i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке</i></p> <p>Рефлексия настроения и эмоционального состояния: Посмотрите еще раз на карточку с настроением на начало урока и сравните с настроением на конец урока.</p>	<p>Обучающиеся комментируют свое настроение на конец урока</p>	
--	--	--	--

Тема «Эффективные пути ведения бизнеса»

Раздел:	Основы бизнеса и предпринимательства	
Класс: 11	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Цели обучения в соответствии с учебной программой:	Способствовать осмыслению обучающимся стремиться делать все, что приносит пользу обществу, способствуя его развитию и благополучию, а также его финансовому процветанию.	
Цели урока:	<p>Расширить понимания понятий: «Эффективная коммуникация», «Деловая среда», «Эффективное планирование», «Власть и ответственность».</p> <p>Узнать эффективные пути развития бизнеса</p>	

Ход урока

Этап урока/ Время	Действия педагога	Действия обучающегося	Ресурсы
Начало урока 5 мин	Учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний, а также создает условия для мотивации в учебном процессе.	Ученики приветствуют учителя.	

<p>Этап подготовки к активному и сознательно му усвоению материала</p> <p>7 мин</p>	<p>«Если вы можете хорошо управлять одним бизнесом, вы можете хорошо управлять любым бизнесом».</p> <p>Ричард Брэнсон</p> <p>Учитель: Как вы понимаете данную цитату?</p> <p>Педагог демонстрирует видеоролик (Брайн Трейси) затем задает вопросы</p> <p>Как мыслят успешные люди?</p> <p>Назовите формулу успешного человека?</p>	<p>Ребята отвечают и записывают в блокнот или в тетрадь.</p> <p>Ребята слушают и размышляют</p> <p>Отвечают на вопросы</p>	<p>https://youtu.be/4q5sIAHcyU</p> <p>Брайн Трейси (Мышление успешных людей)</p>
<p>5 минут</p>	<p><i>Задание 1</i></p> <p>запишите определение к понятиям «эффективная коммуникация», «деловая среда», опираясь на ваши личные мнения.</p> <p>Итак, рассмотрим Эффективная коммуникация в бизнесе- это способность доносить правильную информацию до собеседника для получения нужного результата.</p> <p>Прямое общение является наиболее эффективным способом, который не только делает сообщение ясным, но также создает чувство доверия, ответственности и принадлежности к сотруднику, что позволяет ему добиться лучших результатов.</p>	<p>Обучающиеся приводят ответы, слушают друг друга размышляют. записывают</p>	<p>Слайд №1</p> <p>Тема урока «Эффективные пути ведения бизнеса в современном мире»</p>

	<p>Деловая среда - наличие условий и факторов, воздействующих на предпринимательскую деятельность и требующих принятия управленческих решений для их устранения или приспособления.</p>		Слайд №2
10 минут	<p>Работа с упражнениями по коммуникации <i>Упражнение «Слон ныряет»</i> Цель: Упражнение является разминочным, но может служить и хорошим вызовом к теме невербальной коммуникации. Ресурсы: Бумага и ручки <i>Инструкция: Разделите группу на две равные команды.</i> Сейчас я командам раздам по листу бумаги и ручку. Задача каждой команды придумать и написать на листе название животного выполняющего какое-либо действие. Например, «слон едет на велосипеде» или «обезьяна чистит зубы». <i>2 минуты на придумывание.</i> Записали? Хорошо. Давайте мне листочки. И прошу каждую команду выстроиться в линию, лицом к затылку своего коллеги. Смотреть нужно вперед и оборачиваться по одному, когда вас позовет ваш коллега по команде. <i>Последним участникам в линии, ведущий показывает фразу придуманную другой командой.</i> Ваша задача, передать как</p>	Обучающиеся делятся на две команды и выполняют	https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwje-7nr9eOAAxW_FRAIHcTTD44QFnoECAEQAQ&url=https%3A%2F%2Ftouch.com%2F1-uprajnenie-slon-niryayet-cele-uprajnenie-yavlyaetsya-razminoc%2Findex.html&usg=AOvVaw2N

	<p>можно точнее и без помощи слов увиденную фразу. Передать ее нужно человеку который стоит перед вами. Тот передаст ее следующему и т.д. по цепочке. Когда все закончится, попросите последних отыгравших угадать загаданную фразу. Если не удалось, пусть группа поможет.</p>		vDYrEQiea ni4nzOiNE Dc&opi=8 9978449
10 минут	<p>Демонстрация слайдов Планированием называют процесс оптимального распределения ресурсов, необходимый для достижения поставленных целей и задач, а также совокупность процессов, которые связаны с их постановкой и реализацией</p> <p>Дорогие ребята! Какие основные задачи решает эффективное планирование</p> <ul style="list-style-type: none"> • постановка желаемых результатов • необходимый объем и состав работ • составление бюджета и графика выполнения этапов • оценка рисков и варианты их сокращения • определение процедур управления • согласование и утверждение плана • ответственность решаемых задач <p><i>Задание 2</i> <i>Упражнение «Накануне сегодня»</i></p>	<p>Ребята записывают и размышляют</p> <p>Ребята пишут и защищают свой план</p>	<p>Слайд 3 Эффективное планирование</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • записать пять или более вещей, которых вы достигли накануне. • Наряду с этим, вы должны упомянуть на что зря потратили время. • списки и их содержание. <p>Педагог предлагает выполнить задание</p> <p><i>Упражнение (Брайн Трейси)</i> Найти самую крупную и важную задачу из своего списка дел и выполнить её до конца «Есть лягушек» нужно с утра. Брайан Трейси призывает организовать день следующим образом: в самом начале выполнить несколько самых важных и неприятных задач, а всё, что даётся легко, отложить на вторую половину дня, когда вы разберётесь с лягушками.</p>		
3 минут	<p>Рефлексия Продолжите фразу: «Сегодня я узнал(а) ...»; «Я научился(лась)...»; «У меня получилось...»; «Было трудно...»; «Я бы смог(ла) ...»; «Я понял(а), что...»; «Я попробую...»; «Я теперь могу...»; «Меня удивило...»; «Мне захотелось...»; «Было интересно...».</p>	Обратная связь	

Тема «Виды бизнеса: малый и средний бизнес»

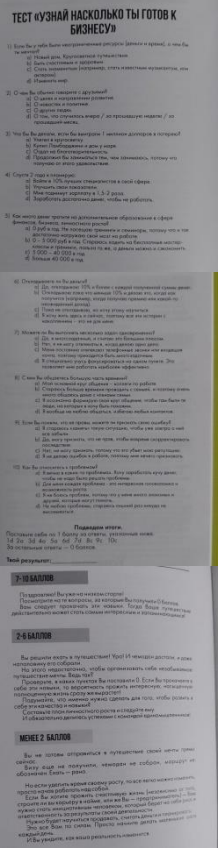
Раздел:	Финансовая грамотность	
Класс:	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Цели урока	• Определить виды бизнеса	

	<ul style="list-style-type: none"> • Проанализировать отличительные черты малого и среднего бизнеса
--	--

Ход урока

Этап урока/ Время		Действия педагога	Действия ученика	Ресурсы
Этап 1. Организационно-мотивационный				
Начало урока 11 мин.		Педагог настраивает обучающихся на учебную деятельность и создает условия для мотивации в учебном процессе. Демонстрирует мотивационный ролик Ознакомление с темой и целями урока.	Обучающиеся смотрят ролик и говорят свои мысли по содержанию видеоролика.	Презентация урока. Видео https://www.youtube.com/watch?v=a90-wQ9RsTo
Этап 2 Теоретическо-практический				
Середина урока 25 минут		Педагог предлагает рассмотреть слайд и объединить в группу данные на картинке	Обучающиеся анализируют рисунок и отвечают на вопрос	Учебник, интерактивная доска Презентация урока.

		 <p>Прежде чем начать вести собственный бизнес, нужно определиться, какую форму предпринимательской деятельности выбрать. Для этого нужно понять, чем именно вы займетесь – торговлей, образованием, бухгалтерией и тд.</p> <p>Задание 1 Обучающиеся объединяются в 4 группы. Каждая группа должна найти характеристики малого и среднего бизнеса.</p>	<p>Старшеклассники выполняют задания и анализируют, называют предпринимателей Казахстана, выделяют самых успешных из них.</p> <p>В группах обсуждают и генерируют идеи, записывают все на постер и делают схематичные зарисовки (творческий подход)</p> <p>Слушают выступления групп и оценивают «2 звезды, 1 пожелание»</p>	<p>Презентация урока</p> <p>Презентация урока Раздаточный материал</p>
--	--	--	--	--

		<p>Педагог подводит итог, обобщает. К субъектам микропредпринимательства относятся индивидуальные предприниматели (ИП), в составе которых работает не более 15 человек, и чей доход составляет не более 30 000 МРП (МРП на 2023 год составляет 3450 тенге). К малому предпринимательству относятся индивидуальные предприниматели (ИП) и компании, в составе которых работает не более 100 человек, и чей доход составляет не более 300 000 МРП. К среднему предпринимательству относятся ИП и компании, в которых работает от 101 до 250 человек, и чей доход превышает 300 000 МРП, но не более 3 000 000 МРП. Количество работников крупного бизнеса превышает число в</p>	<p>Учащиеся записывают в тетрадь.</p> <p>Старшеклассники на основе характеристик и анализа отвечают на вопрос</p> <p>Обучающиеся проходят мини-тест и желающие могут поделиться результатами с одноклассниками</p>	
--	--	---	--	--

		<p>250 человек, а доход составляет более 3 000 000 МРП. Также предприятия малого и среднего бизнеса не могут заниматься хранением зерна, банковской и аудиторской деятельностью, охранной или деятельностью, связанной с оружием.</p> <p>Задание 2 Почему малый и средний бизнес называют основой экономики? Приведите примеры из вашего региона. Расскажите об их деятельности.</p> <p>Задание 3 Учитель предлагает попробовать проанализировать насколько ученики готовы к бизнесу с помощью теста известного предпринимателя и бизнес-наставника АЯяза Шабутдинова</p>		
Этап 3. Рефлексия				

<p>Конец урока 10 мин</p>		<p>«Лесенка успеха»</p> <p>Ученики на ступеньках лесенки отмечают, как усвоили материал урока: нижняя ступенька - не понял, вторая ступенька-требуется небольшая помощь или коррекция, верхняя ступенька – хорошо усвоил материал и работу может выполнить самостоятельно.</p> <p>Рефлексия настроения и эмоционального состояния:</p> <p>Вопрос – С каким настроением вы уходите с урока?</p>	<p>Обучающиеся в течение 3-х минут должны письменно ответить на вопрос, желающие зачитывают для всех.</p> <p>Обучающиеся комментируют свое настроение на конец урока</p>	<p>Презентация урока</p>
-----------------------------------	--	--	--	--------------------------

ЗАДАНИЯ. УПРАЖНЕНИЯ

УПРАЖНЕНИЕ 1

Придумайте свою собственную креативную формулировку для каждого из этих изображений. Вы можете написать какой-нибудь диалог между персонажами, написать однострочный заголовок или превратить изображение в остроумный мем. Говори коротко и остроумно!



УПРАЖНЕНИЕ 2

Упражнение предназначено для того, чтобы помочь вам мыслить нестандартно и открыть для себя новые способы смотреть на мир. Ответьте на эти вопросы, используя творческое и конструктивное мышление.

Вы можете использовать столько деталей, сколько вам нравится. Ради развлечения попробуйте придумать свое собственное “Что бы произошло?”

Что произошло бы, если бы ...

...внезапно каждый на Земле стал предпринимателем?

...каждая семья имела свой бизнес?

....нам пришлось жить в мире без предпринимательства?

...однажды утром Вы проснулись и обнаружили, что превратились в успешного бизнесмена?

...ты обнаружил, что твой лучший друг имеет гигантский бизнес?

УПРАЖНЕНИЕ 4

Как бы вы описали следующие вещи и связанные с ними ощущения кому-то, кто, по вашим объяснениям, никогда раньше их не видел и не испытывал? Используйте все свои чувства в своих описаниях!

1. Машиностроительный завод-гигант
2. Огромный порт
3. Космическая станция
4. Супермаркет
5. Рынок
6. Мастерская
7. Медицинская лаборатория

УПРАЖНЕНИЕ 5

Правила и законы, которыми мы руководствуемся в жизни, предназначены для того, чтобы направлять и защищать нас, а также

поддерживать порядок в нашем обществе. Представьте, что вы устанавливаете 3 правила, которым должны следовать все в мире. Какие правила Вы бы ввели и почему?

Правило №1

Я выбрал (а) это правило, потому что:

Правило № 2

Я выбрал (а) это правило, потому что:

Правило №3

Я выбрал (а) это правило, потому что:

УПРАЖНЕНИЕ 6

Все, что вас окружает — автомобили, здания, даже наши персональные электронные устройства — все начиналось с идеи. Это упражнение в творческой визуализации. Ниже набросайте идею изобретения или концепцию бизнеса, которая, по Вашему мнению, была бы классной. Приведены некоторые идеи, но не стесняйтесь предлагать свои собственные.

Примеры- предложения

- Портативный источник питания для зарядки смартфона
- Система дорожного движения, которая не зависит от цветов
- Машина, которая превращает мусор в энергию

- “Зеленое” транспортное средство
- Совершенно новый способ личного передвижения
- Новая захватывающая игровая система
- Идея для приложения для планшета или смартфона
- Новая интересная идея для занятий спортом
- Новый дизайн внутреннего пространства
- Идея для домена социальной сети и др.

Моя изобретательская идея: _____

УПРАЖНЕНИЕ 7

Интенсивный проект «Без ума от Астаны»

Посещение акимата, отдела предпринимательства, архитектуры, строительства и др. (местные исполнительные органы власти: город, район) и изучение методов планирования и составления карты бизнеса города.

Задание: составить путеводитель по потребностям в бизнес-услугах в районах города Астаны.

Перечень необходимых бизнес-услуг для региона:

УПРАЖНЕНИЕ 8

Мозговой штурм. Каждый записывает предмет повседневного обихода на листе бумаги и сбрасывает в коробку. Затем вытягивает листок из коробки любой листочек с записью.

Задание. Вы должны придумать как можно больше новых способов использования указанного предмета в бизнесе. Запишите их или зарисуйте — будьте настолько креативны, насколько можете! (Можно выполнять это упражнение в парах или группах)

Мой объект:

УПРАЖНЕНИЕ 10

«Выбор»

Часть жизни заключается в том, чтобы найти здоровый баланс между нашими потребностями и нашими желаниями. Это также касается фокусировки на то, что мы считаем действительно важным. Представьте, что вы можете иметь любые 3 вещи, которые вы хотите. Взамен вы должны

ЧТО Я ВЫБИРАЮ ИМЕТЬ

1. _____
2. _____
3. _____

Я ХОТЕЛ БЫ ЭТИ ВЕЩИ, ПОТОМУ ЧТО:

Отдайте три вещи, которые у Вас есть. Что Вы хотите и что Вы будете отдавать, и почему?

ЧТО БЫ Я ОТДАЛ

1. _____
2. _____
3. _____

Я БЫ ОТКАЗАЛСЯ ОТ ЭТИХ ВЕЩЕЙ, ПОТОМУ ЧТО:

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Таблица 1 *Классификация. Субъект и цели бизнеса*

<i>Субъект бизнеса</i>	<i>Цели бизнеса</i>
Предприятие	Максимизация прибыли Получение экономического эффекта Обеспечение экономической безопасности Разработка планов Прогнозирование развития организации Эффективный менеджмент Оценка Выпуск акций
Собственник	Максимизация прибыли Получение экономического эффекта Распоряжение собственностью Обоснование цены купли-продажи организации Установление размера дохода
Кредитные организации	Максимизация прибыли Получение экономического эффекта Проверка финансовой дееспособности заемщика Определение размера ссуды, выдаваемой под залог
Страховые организации	Максимизация прибыли Получение экономического эффекта Установление размера страховых взносов Определение суммы страховых выплат
Фондовые биржи	Максимизация прибыли Получение экономического эффекта Расчет конъюнктурных характеристик Проверка обоснованности котировок ценных бумаг
Инвесторы	Максимизация прибыли Получение экономического эффекта Проверка целесообразности вложений Определение допустимой цены покупки организации с целью включения в инвестиционный проект
Государственные органы	Подготовка организации к приватизации Определение облагаемой базы для различных видов налогов Установление выручки от принудительной ликвидации через процедуру банкротства

Таблица 2 *Принципы бизнеса*

<i>Принцип</i>	<i>Характеристика</i>
Рациональность	<p>Принципы возникают при зарождении деловых отношений</p> <p>Деловые отношения связаны с риском, в основу рискованных действий необходимо заложить рациональность выбора.</p> <p>Каждое решение в условиях неопределенности должно быть максимально взвешенным, продуманным, обоснованным – рациональным. При нерациональных действиях субъекта бизнеса, он проигрывает в конкурентной борьбе</p> <p>Рациональные приводят к большей определенности в процессе выбора и бизнес становится более конкурентоспособным</p>
Анализ	<p>Рационализм формирует у субъектов бизнеса потребность в осуществлении системного анализа деловых связей, постоянного стратегического и оперативного наблюдения и контроля ситуации, оценки собственной деятельности и деятельности других субъектов деловых отношений</p>
Риск	<p>Неопределенность условий протекания деловых отношений обуславливает риск каждого из субъектов бизнеса.</p> <p>Риск воплощается в возможности несения убытков, в том числе из-за безответственных партнеров, действия макроэкономических, политических и природных факторов, вхождения в состояние банкротства.</p> <p>Наличие рисков обусловило существование отдельного вида предпринимательства – страхового бизнеса, понимание обязательности рисков в любом виде деловой деятельности служит основой действий субъектов бизнеса по обеспечению безопасности своей деятельности</p>

<p>Ответственность</p>	<p>Выбор, который совершает субъект бизнеса, обязывает его ответственно выполнять условия сделки.</p> <p>Ответственное исполнение обязательств предусматривается международным законодательством и законами стран с рыночно ориентированной экономикой.</p> <p>Ответственное отношение к бизнесу является необходимым условием долговременного развития деловых отношений.</p> <p>Безответственное отношение к принятым обязательствам подрывает основу делового сотрудничества субъектов бизнеса, заключивших сделку</p>
<p>Дифференциация</p>	<p>Деловые отношения сопровождаются дальнейшим углублением разделения труда между субъектами бизнеса и дифференциацией отдельных видов деловой деятельности.</p> <p>Дифференциация отдельных видов бизнеса способствует развитию потребности в общественных связях и усиливает, укрепляет их.</p> <p>Каждый отдельный вид деловой деятельности может осуществляться лишь как часть единой экономической деятельности общества</p>
<p>Обмен</p>	<p>Для большинства субъектов бизнеса важным способом удовлетворения потребностей служит обмен.</p> <p>Обмен результатами деятельности позволяет трудовым ресурсам удовлетворять потребности в тех благах, к которым доступ затруднен</p>
<p>Интеграция</p>	<p>Все расчеты в бизнесе имеют условный характер, если разделение труда и специализация субъектов бизнеса, не сопровождается интеграцией субъектов бизнеса в одно целое. Данное целое называется системой бизнеса.</p> <p>Системная интеграция субъектов бизнеса, их деловых интересов, целей и действий представляет собой объективный процесс.</p> <p>Суть его состоит в превращении данных противоречий во внутренний источник самостоятельного развития и данных отношений</p>

Возвышение	<p>Стремление субъектов бизнеса получить доступ к благам заставляет их действовать различными способами.</p> <p>Развитие способностей субъектов бизнеса происходит одновременно с возвышением их потребностей</p>
Развитие	<p>Субъекты бизнеса стремятся реализовать свои деловые интересы.</p> <p>Развитие собственности субъектов бизнеса – одно из важнейших условий организации деловых отношений.</p> <p>Развитие собственности является важнейшим принципом бизнеса</p>
Неограниченность	<p>Субъекты бизнеса постоянно в поиске наиболее эффективных путей доступа к ним.</p> <p>Обусловливается необходимостью постоянного развития разнообразных потребностей, которые могли бы проявиться в их деловой деятельности</p>
Состязательность	<p>Ограниченность материальных благ обуславливает необходимость состязательности между субъектами бизнеса.</p> <p>Разделяя с другими субъектами бизнеса ограниченные блага, каждый участник деловых отношений оказывается в состоянии состязательности/конкуренции по поводу товаров и рынков</p>
Общность	<p>Преодолевая ограниченность благ, обмениваясь результатами деятельности, субъекты бизнеса развивают общественный характер деловой деятельности</p>
Свобода	<p>Свобода выбора является и предпосылкой, и следствием способности субъектов бизнеса заключать сделки, вступать в деловые отношения.</p> <p>Каждый субъект бизнеса имеет право выбора и партнеров по сделкам</p>
Ценность	<p>Каждый из объектов бизнеса обладает ценностью, т.е. способность данного объекта быть предметом сделки, в ходе которой субъекты бизнеса осуществляют обмен результатами деловой деятельности, сделав свободный выбор.</p> <p>Ценность объектов является критерием для осуществления свободного выбора благ</p>

Самоорганизация	<p>Системная самоорганизация бизнеса и менеджмент на микро- и макроэкономическом уровнях являются обязательными условиями устойчивого развития деловых отношений</p> <p>Системная самоорганизация бизнеса придает устойчивость движению всей системы бизнеса</p>
Неопределенность	<p>В развитой экономической системе имеет место многообразие видов деловой деятельности, ни один из которых не может быть полностью изначально спланирован из-за необходимости постоянного обеспечения свободы выбора всеми участниками сделок. Постоянные динамические изменения и асинхронные индивидуальные действия субъектов бизнеса постоянно усиливают неопределенность развития событий. В связи с тем, что субъектам бизнеса приходится делать свой выбор в условиях неопределенности, они вынуждены стремиться к прогнозированию последствий своих действий и к планированию их последовательности.</p>
Ограниченность	<p>Деятельность субъектов бизнеса осуществляется в условиях ограниченности материальных благ, возможностей, способностей.</p> <p>Ограниченность материальных благ предопределила необходимость взаимодействия субъектов бизнеса для удовлетворения своих потребностей.</p> <p>Ограниченность возможностей и способностей каждого из субъектов бизнеса закрепляют за этим субъектом определенное деловое предназначение</p>
Компромисс	<p>Одно из ключевых принципов формирования и развития деловых отношений.</p> <p>Через обмен результатами деятельности, субъекты бизнеса сталкиваются с необходимостью учитывать интересы партнеров по бизнесу.</p> <p>Под компромиссом понимается отказ от обязательности реализации собственных интересов в конкретном периоде деловой деятельности в пользу интересов других</p>

	<p>субъектов бизнеса во имя стабильного и гарантированного существования в перспективе</p>
Субъективизм	<p>Состоит в том, что общественный прогресс обуславливается активной деловой деятельностью субъектов бизнеса.</p> <p>Субъективизм пронизывает всю систему деловых отношений</p>
Стремление	<p>Осуществляя свой субъективный выбор в условиях относительной неопределенности, субъекты бизнеса стремятся к достижению определенности. Субъектам бизнеса необходимо анализировать спрос и предложение объектов бизнеса, а также потенциальных партнеров по сделкам и детерминировать собственные действия</p>
Ассоциативность	<p>Деловая деятельность субъектов бизнеса зависит от его способности к осознанию принципов бизнеса, деловых интересов, состава объектов бизнеса и потенциальных партнеров по сделкам</p>
Стоимость	<p>Все блага имеют стоимость. Стоимость является денежной оценкой благ и параметром оценки рациональности выбора.</p> <p>С помощью стоимостного оценивания благ субъекты бизнеса могут соизмерять собственные затраты с затратами конкурентов.</p> <p>С помощью стоимостного оценивания степени рациональности своего выбора они могут сопоставлять степень своей конкурентоспособности.</p> <p>Стоимостные оценки помогают соотносить затраты с доходами, а объемы инвестиций в развитие бизнеса с объемами личного потребления</p>
Синтез	<p>Реализация деловых интересов приводит к синтезу частного и общественного отношения в интересах субъектов бизнеса и в их действиях.</p>
Концентрация	<p>Развитие деловых отношений проявляется в освоении субъектами бизнеса природных и социальных ресурсов.</p> <p>Социальные ресурсы формируются в ходе коммуникаций между людьми и называются социальным потенциалом экономики.</p>

	Природные и социальные ресурсы анализируются, отбираются и концентрируются субъектами бизнеса для осуществления своей деятельности
--	--

Таблица 3 *Качества личности и интересы в бизнесе*

<i>Профессиональные качества</i>	<i>Совокупность знаний, умений, навыков и опыта, приобретенных субъектами бизнеса в ходе подготовки к деловой деятельности (в процессе обучения, повышения квалификации, переподготовки), а также в ходе осуществления самой деловой деятельности</i>
Личностные качества	Совокупность свойств сотрудников, которые выявляются и развиваются в ходе их деловой деятельности (стремление к росту благосостояния, природный эгоизм, склонность к обмену, дух соперничества, креативное начало, способность к совершению выбора, склонность к копированию, жажда справедливости, чувство собственности, стремление к повышению личной конкурентоспособности и др.)
Общественные деловые интересы / общественные интересы субъектов бизнеса	Осознанные потребности субъектов бизнеса в деятельности на благо общества. Данные интересы не привносятся субъектам бизнеса извне, они формируются в процессе деловой деятельности и выступают как осознанные потребности считаться с закономерностями развития общества как единого целого, в том числе и подчиняться формируемым в обществе правилам, нормам, традициям развития деловых отношений

Таблица 6 *Предпринимательская деятельность малого предприятия*

К субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели;
- микроорганизации со средней численностью работников, не превышающей 15 человек;
- малые организации – коммерческие организации со средней численностью работников от 16 до 100 человек включительно.

<p>Задачи</p>	<ul style="list-style-type: none"> – формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения в товарах и услугах – расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ и услуг – приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям – содействие структурной перестройке экономики – привлечение личных средств граждан для развития производства – создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы, вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп – эффективное использование творческих способностей граждан, освоение различных видов ремесел, народных промыслов – формирование социального пула собственников – освоение и использование местных источников сырья
<p>Преимущества</p>	<ul style="list-style-type: none"> – более быстрая адаптация к местным условиям и экономическим особенностям региона – независимость действий субъектов малого бизнеса, гибкость, оперативность в принятии решений – невысокие расходы при осуществлении деятельности, например, затраты на управление – возможность индивидуума реализовать свои идеи, проявить креативные проекты и показать возможности бизнеса – низкая потребность в первоначальном капитале и способность оперативно вводить изменения в продукцию и процесс производства в зависимости от требования местного рынка – высокая оборачиваемость собственного капитала
<p>Особенности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – процесс становления малого бизнеса не системный

	<ul style="list-style-type: none"> – малый бизнес затронул не все сферы деятельности, где были созданы условия для получения большей прибыли – малый бизнес часто разобщен, отсутствуют тесные технологические и хозяйственные связи – слабо интегрирован в мировую экономику
Недостатки	<ul style="list-style-type: none"> – высокий уровень риска и высокая степень неустойчивости положения на рынке – зависимость от крупных компаний – недостатки в управлении собственным делом – недостаточная компетентность руководителей – повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования – трудности в поиске дополнительных финансовых средств и получении кредитов для развития бизнеса – неуверенность и отсутствие прогноза

Таблица 7 Франчайзинг. Сравнительная характеристика видов франчайзинга

Франчайзинг – организация бизнеса, при которой предприниматель или предприятие (франчайзи) приобретает систему бизнеса (франшизу) у предприятия (франчайзера): оборудование; технологию; торговую марку; обучение; расходные материалы.

Основные преимущества франчайзинга – проверенный бизнес с минимальными рисками, апробированные бизнес-процессы и оборудование, постоянная поддержка франчайзера. Во франчайзинге франчайзер должен предоставить проверенный на практике метод ведения дела, оказать техническое и консультативное содействие при организации бизнеса франчайзи и обеспечивать его поддержку в дальнейшем.

<i>Вид франчайзинга</i>	<i>Тип франшизы</i>	<i>Достоинства</i>	<i>Недостатки</i>
Товарный	Товар	Простота использования	Ограничена сфера

			Применения Узкая специализация франчайзинга
Производственный	Технология	Высокая эффективность, простота контроля со стороны франчайзера	Большие начальные затраты на приобретение франшизы Сильная зависимость от франчайзера
Деловой	Модель франшизного бизнеса	Широчайшая сфера применения, быстрая приспособляемость к условиям рынка	Чрезмерная регламентация деятельности подавляет инициативность франчайзинг
Конверсионный	Конвертация	Уменьшение затратной части бюджета за счет снижения расходов	Необходимость адаптации частного предприятия к зависимому положению
Корпоративный	Сеть франшизных предприятий изменения условий рынка	Аккумуляция положительных качеств рассмотренных выше видов франчайзинга, диверсификация	Частое несовпадение целей франчайзи с интересами франчайзера, замедленное реагирование бизнеса на изменения условий рынка

Таблица 8 Сравнительная характеристика методов франчайзинга

<i>Метод франчайзинга</i>	<i>Условия распространения</i>	<i>Достоинства</i>	<i>Недостатки</i>
-------------------------------	------------------------------------	--------------------	-------------------

Классический	Стандартные	Простота применения	Достаточно медленное расширение сети, большие затраты
Региональный	Главный франчайзи расширяет сеть в определенном регионе	Преимущества при установлении цены, уменьшение издержек на контроль со стороны франчайзера	Достаточно жесткие условия договора по освоению территории
Субфранчайзинг	Субфранчайзер получает право на продажу субфраншиз	Возможность привлечения значительного дополнительного капитала	Сильная зависимость франчайзи от финансовых, управленческих и маркетинговых способностей субфранчайзера
Развивающийся	Передача эксклюзивных прав на развитие района группе инвесторов	Быстрое расширение франшизной сети с минимальными издержками для франчайзера	Ограничение положения инвестора как собственника, высокие начальные затраты

Таблица 9 Производственное предпринимательство

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Производственное предпринимательство имеет наибольшее общественное значение	Очень зависит от уровня развития рыночной экономики и инфраструктуры
Пользуется значительной государственной поддержкой	Подвергается значительному государственному регулированию
	Наиболее рискованный и

	сложный бизнес
	Невысокая рентабельность на начальном этапе

Таблица 10 Коммерческое предпринимательство

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Высокая рентабельность	Очень зависит от уровня развития производства
Быстрота создания, незначительная величина первоначального капитала	Современные эффективные формы Коммерческого предпринимательства зависят от качества персонала
Относительная простота операций	Невысокая рентабельность на начальном этапе
Незначительная государственная регламентация	
Относительно невысокий риск	

Таблица 11 Финансовое предпринимательство

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Гибкость и мобильность	Высокие риски
Способность быстро аккумулировать ресурсы	Сильно зависит от политических рисков и международных финансовых рынков
Относительная простота финансовых операций	Невысокая рентабельность на начальном этапе
Незначительная государственная регламентация	Значительное государственное регулирование
	Современные эффективные формы финансового предпринимательства зависят от качества персонала
	Невысокий уровень рентабельности

	Необходимость большого первоначального капитала для начала деятельности
--	---

Таблица 12 Предпринимательство в сфере услуг

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Гибкость и мобильность	Сильно зависит от конъюнктурных и политических факторов, особенно сфера современных деловых услуг
Способность быстро аккумулировать ресурсы	Значительное государственное регулирование
Относительная простота деловых операций	Зависимость от качества персонала
Высокий уровень рентабельности, особенно в сфере современных деловых услуг	

Таблица 13 Крупный бизнес

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Способность активно изменять внешнюю среду предпринимательства	Снижение стимулов к росту эффективности производства
Возможности создавать и накапливать достижения НТП и процедуры и правила рационального бизнеса	Возможность для ограничения доступа других фирм к достижениям НТП и рационального бизнеса
Экономия на издержках производства	Падение эффективности управление с ростом объема фирмы
Устойчивость	Негибкость, возможность потери контакта с потребителем

Таблица 14 Малый бизнес

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Гибкость	Высокорискованный характер
Более высокая рентабельность по сравнению с крупным бизнесом	Интуитивный характер и неспециализированное управление
Использование незанятых ресурсов на неформальных рынках	Ограниченный доступ к высококачественным ресурсам
Зависимость от поддержки крупных фирм и государства	Недостаток финансовых ресурсов, сложный доступ к информации и достижениям научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам

Таблица 15 Виды договоров по моменту возникновения обязательства

<i>Виды договора</i>	<i>Содержание</i>
Основной договор	Отражает права и обязанности сторон, связанные с перемещением имущества, выполнением работ, оказанием услуг и др.
Предварительный договор	Соглашение сторон о заключении основного договора в будущем. Содержит условия, позволяющие установить предмет, а также другие существенные условия основного договора. В договоре указывается срок, в который стороны обязуются заключить основной договор
Односторонний договор	Порождает у одной стороны только права, а у другой - только обязанности (например, договоры займа, поручительства)
Взаимный договор	Каждая из сторон приобретает права и обязанности по отношению к другой стороне (договоры купли-продажи, перевозки, аренды, хранения, подряда и др.)

Таблица 16 Виды договоров по совокупности экономических и юридических признаков

<i>Виды договора</i>	<i>Содержание</i>
Договоры, направленные на передачу права собственности на имущество	Договоры купли-продажи, договор поставки, договор мены, договор дарения и другие
Договоры, обеспечивающие другому лицу право владения и пользования имуществом	Договор аренды, договор безвозмездного пользования, договор найма жилого помещения
Договоры на выполнение работ	Договор подряда, договоры на выполнение научно-исследовательских работ, опытно-конструкторских и технологических работ
Договоры о предоставлении услуг	Договор перевозки, договор хранения, договор поручения, договор комиссии
Договоры о предоставлении кредита	Договор займа, кредитный договор и другие
Договоры о перераспределении риска	Возникает от случайных причин страхования
Договоры о совместной деятельности	Договор товарищества, учредительные договоры об образовании юридических лиц

Таблица 17 Виды договоров в зависимости от возмездности

<i>Виды договора</i>	<i>Содержание</i>
Возмездный договор	Договор, по которому имущественное предъявление одной стороны обуславливает встречное имущественное предъявление от другой стороны

Безвозмездный договор	Имущественное предоставление производится только одной стороной без получения встречного имущественного предоставления от другой стороны (договор дарения, безвозмездного пользования имуществом)
-----------------------	---

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

ЮНИТ «Основы предпринимательства и бизнеса»

Задание 1

А. Приведите примеры предприятий, функционирующих в вашем городе по следующим направлениям предпринимательской деятельности:

- производственное;
- коммерческое;
- финансовое;
- посредническое;
- страховая деятельность.

Б. Заполните таблицу, отражающую характеристики видов предпринимательской деятельности:

Сфера предпринимательской деятельности	Основные функции предпринимателя	Особенность производимого товара (услуги)	Основное поле деятельности
Производственное			
Коммерческое			
Финансовое			
Посредническое			
Страховая деятельность			

Задание 2

Заполните таблицу. Напишите три экономических и три социальных эффекта/выгоды от существования предпринимательской деятельности

Экономические выгоды	Социальные выгоды
----------------------	-------------------

Задание 3

Ситуационные задачи.

А. Гражданин Серик Н. планирует организовать предпринимательскую деятельность в статусе индивидуального предпринимателя. В силу отсутствия знаний и опыта не знает, как оформить регистрацию предпринимательской деятельности. Помогите ему составить план действий, указав какие документы необходимо представить и в какие сроки в местные органы власти для регистрации индивидуального предпринимателя.

Б. При заключении коллективного договора директор ТОО «Жаныл» предложил не повышать оплату труда за работу в ночные и вечерние смены, чтобы сэкономить фонд оплаты труда и не производить сокращение штата работников. Работники организации поддержали директора, поскольку хотели сохранить место работы. Представитель выборного профсоюзного органа заявил, что такое положение коллективного договора будет противоречить. Оцените ситуацию.

В. Асель М. наняла бригаду строителей для ремонта своей квартиры, подписав трудовой договор с ее бригадиром, в котором было установлено рабочее время. Члены бригады были обязаны выполнять указания хозяйки квартиры по ремонту и для членов бригады определялись трудовые функции. По окончании работ Асель М. расплатилась с бригадиром, который по своему усмотрению расплатился с остальными работниками.

Оцените ситуацию.

Г. Предприятие, выпускающее бытовую технику, с помощью дорогостоящих исследований, попыталось усовершенствовать один из выпускаемых товаров. Но никакого результата не достигли, товар остался без изменений. А надпись «Усовершенствованная новинка» на товаре значительно повысила бы объем реализованной продукции.

Какое решение Вы примете: сделать данную надпись или нет? Почему?

Д. Ваша организация добивается заключения выгодного контракта на большую сумму продаж с одной компанией. В ходе переговоров Вы

узнаете, что представитель покупателя подыскивает себе более выгодную работу, у вас нет желания брать его к себе на работу, но если Вы намекнете ему об этой возможности он, скорее всего, передаст заказ именно вам.

Как Вы поступите и почему?

Е. Вы руководитель компании по предоставлению услуг сотовой связи. В связи с высокой конкуренцией, Вы принимаете решение ввести минимальные тарифы для своих абонентов. Для получения наибольшей прибыли Ваши аналитики предлагают с каждой минуты разговора снимать на 4 тенге больше, чем указано в тарифах, в итоге расход одного абонента не значителен и незаметен, а в масштабах компании выходит существенная прибыль.

Как Вы поступите?

Ж. По итогам работы финансового управления за месяц один отдел по работе с банками получил премию, тогда как отдел финансового анализа, сдав раньше других отделов все отчеты, премии не получил.

Как поступить руководителю отдела финансового анализа в данной ситуации?

3. Перечислите затраты для малых фирм с различными видами деятельности:

- фирма – производитель промышленный товаров;
- фирма – продавец продовольственных товаров;
- фирма по оказанию бытовых услуг;
- фирма по оказанию туристических услуг.

И. Кондитерская фабрика «Рахат» занимается производством скоропортящихся продуктов со сроком хранения не более трех суток. Руководителю фабрики предложили больше продавать производимые продукты в других регионах, затрачивая время на их перевозку и соответственно уменьшая срок годности.

Должен и может ли принять руководитель фабрики данное предложение? Почему?

К. Серик К. проработав в организации больше года, был назначен на должность руководителя подразделения. В первый рабочий день в качестве руководителя Серик К. потребовал у сотрудников предоставить ему отчеты о работе каждого за минувший месяц. Одна из сотрудниц отказалась выполнить данное требование, мотивировав это тем, что работает давно и ей всегда доверял прежний руководитель.

Как должен Серик К. поступить в данной ситуации?

Л. Разработаны практические советы к технике ведения

переговоров (к примеру, между представителями работников и работодателями). Способность к ведению переговоров – умение, которое должно быть выработано и адаптировано к изменениям в различных сферах экономики и в обществе. Ведущий переговоров должны понимать вызовы времени и отвечать на них, уметь демонстрировать качества лидера.

Из пяти стилей ведения переговоров: соревновательный, уклончивый, примирительный, компромиссный, ориентированный на сотрудничество.

Какой из названных стилей ведения переговоров Вам наиболее предпочтительный? В каком стиле Вы смогли бы вести переговоры?

Задание 4

1. Дайте определение следующим терминам: «Предпринимательство», «Коммерция», «Прибыль».

Краткий ответ: термин «предприниматель» от глагола «предпринимать», то есть действовать. Как правило, предприниматель создает новый продукт, обладающий стоимостью. А предпринимательством можно считать инициативную, самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли.

«Коммерция» (от лат. commercium «торговля») - торговая и торгово-посредническая деятельность, участие в продаже или содействии продаже товаров и услуг

«Прибыль» - разница между выручкой от продаж товаров или услуг и затратами на их производство.

2. Назовите качества, необходимые предпринимателю

Краткий ответ: самостоятельность и независимость, активность, готовность к риску и ответственность, лидерские качества и

Предпринимательский риск — вероятность потери дохода или имущества. Составление бизнес-плана способствует уменьшению степени риска.

3. Дайте характеристику предпринимателя и менеджера

Краткий ответ: Менеджмент — деятельность по управлению предприятием. Менеджер — лицо, занимающее определенную должность на предприятии и обладающее правом принимать решения. Можно выделить высший, средний и низший уровень менеджмента.

Предприниматель владеет предприятием. Его можно назвать менеджером в том случае, если он также и управляет

компанией/организацией, принимает решения по всем ключевым вопросам, связанным с ее деятельностью.

Задание 5

1. Обсудите, каковы условия предпринимательской деятельности?

Краткий ответ: Деятельность предпринимателя формируется в определенной среде (страна, город, район).

Можно выделить:

- экономические условия (спрос и предложение продукции, доходы населения, количество рабочих мест);*
- социальные условия (образ жизни, традиции); правовые (местное законодательство);*
- технологические (используемые технологии); географические (природные условия) и др.*

2. Ответьте, кто может заниматься предпринимательством?

Краткий ответ: Заниматься предпринимательством могут отдельные лица (физические) и объединения (юридические). Физическое лицо действует от собственного имени и не регистрирует предприятие. Может использовать собственный и наемный труд.

Юридическое лицо — это организация, фирма, выступающая в качестве носителя прав и обязанностей. Юридическое лицо имеет наименование, устав, юридический адрес, печать, расчетный счет в банке. Оно проходит государственную регистрацию и заносится в реестр. Без государственной регистрации предпринимательство невозможно, как для физических, так и для юридических лиц.

3. Подумайте, какие Вы знаете виды предпринимательской деятельности?

Краткий ответ:

По результату деятельности:

- продукция,*
- выполненная работа*
- услуга*

Производственное предпринимательство: производство товаров, работ, оказание услуг (промышленная, строительная, с/х, инновационная деятельность, научно-техническая деятельность, информационная).

Основное предпринимательство (производство товара) + вспомогательное (конструкторская, маркетинговая деятельность).

Коммерческое: товарно-денежные операции (сделки). Поле деятельности — товарные биржи и торговые сделки.

Финансовое. Объект купли-продажи: деньги, валюта, ценные бумаги. Консалтинг: консультация по вопросам управления (оценка проблем, предложения по их решению, помощь в реализации).

Задание 6

1 Раскройте значение понятия «Бизнес-план»

Краткий ответ: Бизнес-план — это документ, в котором описываются все аспекты будущего коммерческого проекта, возможности, риски, проблемы, с которыми оно может столкнуться и определяются способы их решения.

Бизнес-план — краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса. Юридически его составление необязательно. Но плохое прогнозирование своей деятельности — основная причина закрытия многих предприятий.

2.Какие задачи помогает решить Бизнес-план?

Краткий ответ: Бизнес-план помогает решить четыре задачи: изучить перспективы развития рынка, оценить затраты и будущую прибыль, обнаружить возможные проблемы, установить показатели оценки состояния бизнеса. Также помогает критически оценить свои силы и понять, возможно ли осуществление данной идеи.

3.Назовите основные разделы бизнес-плана:

Краткий ответ:

- Титульный лист (Концепция бизнеса)*
- Сегментация рынка*
- Описание фирмы и ее услуг*
- Конкуренция*
- Социологический опрос*
- Оценка рисков*
- Организационный план*
- План маркетинга*
- Финансовый план*
- Заключение*

3. Обоснуйте выбор товара (услуги)

Краткий ответ:

- *Необходимо объяснить причины выбора товара или услуги, которую фирма хочет предложить на рынок для получения высокого дохода.*
- *Должна быть четко сформулирована конкурентная стратегия.*
- *Необходимо выбрать преимущества товара.*
- *Привлечь покупателя можно дешевизной или уникальностью товара. Совместить две стратегии невозможно.*
- *Предпринимателю необходимо выделяться на фоне конкурентов.*
- *Стандартные товары и услуги могут стать привлекательными за счет более низкой цены.*
- *Более дорогие товары и услуги могут стать привлекательными за счет качества и эксклюзивности.*

4. На какие вопросы можно найти ответы при знакомстве с бизнес-планом?

Краткий ответ: Знакомство с бизнес-планом позволит дать ответы на следующие вопросы:

- *Какие потребности удовлетворяет товар?*
- *Что в нем особенного?*
- *Как долго товар будет новинкой рынка? (патенты защищенности товара и др.).*
- *Каковы характеристика и преимущество дизайна, особенности упаковки, организация сервиса?*

Задание 7

1. Покажите классификацию предпринимательской деятельности

Краткий ответ (возможно в инфографике):

Вид деятельности

Производственное, коммерческое, финансовое, консалтинговое

Форма собственности

Частная, государственная, муниципальная

Количество собственников

Индивидуальная, коллективная (выделенный текст, касается учебного бизнес-плана)

2. Ответь на вопрос: Что значит коммерческие и некоммерческие организации?

Краткий ответ: Некоммерческая организация - предприятие, для которого получение прибыли не основная цель (благотворительные общества, религиозные организации, образовательные учреждения и др.)

Коммерческая организация - предприятие, основная цель которого — получение прибыли.

Фирма - коммерческая организация, производящая блага для населения (товары или услуги) и является юридическим лицом.

Задание 8

Ответьте на вопрос, что значит сегментация рынка?

Краткий ответ: сегментация рынка - изучение и прогнозирование рынка с целью привлечения наибольшего количества потребителей и получения максимальной прибыли. Каждая фирма действует в определенной части товарного рынка. Важно определить сегмент рынка, где деятельность фирмы будет наиболее успешной.

Сегмент рынка - группа потребителей, имеющая общие признаки, определяющие их поведение на рынке (возраст, вкусы, доходы, реакция на рекламу и др.).

Сегментация рынка - деятельность по выявлению потенциальных групп покупателей конкретного товара или услуги и позволяет ответить на следующие вопросы:

- 1. Кто будет покупать ваш товар*
- 2. Отрасль, в которой работает ваша фирма*
- 3. Географическое расположение рынка сбыта*
- 4. Как часто будет продаваться ваш товар*
- 5. Форма оплаты товара*
- 6. Характеристика платежеспособности покупателей*
- 7. Требования к упаковке вашего товара*
- 8. Характеристика постпродажного обслуживания*
- 9. Размер партий товара*

Задание 9

Дайте определение понятию «Конкуренция»

Краткий ответ: Конкуренция - экономическое соперничество между двумя и более производителями одного и того же товара или услуги за место на рынке, за потребителя, за право получения наибольшей доли ограниченных ресурсов.

Существует несколько типов рынков. Разница - в соотношении сил продавцов и покупателей.

Черты рынка

- Чистая конкуренция
- Монополистическая конкуренция
- Олигополия
- Монополия

Тип продукта

• Одинаковые (сельскохозяйственная продукция, мелкие фирмы в сфере услуг)

- Разные (продукты, одежда, книги)
- Предлагают разные варианты товара.
- Одинаковые и разные (автомобили, услуги связи)
- Уникальный (газ, водоснабжение)

Контроль над ценой

- Отсутствует
- Некоторый, но в узких рамках
- Ограничен взаимной зависимостью фирм
- Значительный

Методы конкуренции

Ценовая и неценовая конкуренция.

- Ценовая конкуренция (снижение цены) действует, если на рынке

представлен однородный товар, а доходы потребителей низкие.

• Неценовая конкуренция заключается в актуализации качества продукции, оформления упаковки, внимания к рекламе, совершенствования услуг, сопутствующих товару и др.

Занятие 10

1. Объясните значение понятия «Маркетинг».

Краткий ответ: Маркетинг - способы формирования спроса через рекламу и организацию продаж, управление ценами и исследование рынков, разработку товаров, которые хотят получить покупатели.

Значение слова от английского слова «рынок», «сбыт».

Маркетинговый набор включает:

- *Схему распространения товаров (собственный магазин или другие фирмы).*
- *Методы ценообразования (как формируются цены).*
- *Реклама (как организована реклама и затраты на нее).*
- *Метод стимулирования продаж (продажи увеличиваются за счет расширения рынка сбыта или за счет других форм привлечения покупателей).*
- *Организация послепродажного обслуживания клиентов и какие средства на нее выделяются.*
- *Формирование общественного мнения о фирме (имидж фирмы).*

2. Что значит маркетинговый план?

Маркетинговый план (для бизнес-плана)

1. Маркетинговый план — это пошаговое руководство по достижению краткосрочных и долгосрочных целей компании или проекта Структура фирмы. В структуре могут быть разные уровни управления (менеджеры высшего, среднего, низшего звена) и построение управленческих связей (по видам изготавливаемой продукции (цеха на заводе) или по видам деятельности (отделы сбыта, снабжения, бухгалтерия и др.).

2. Опишите концепцию маркетинга.

Краткий ответ: Концепция маркетинга. Выделяют пять концепций, в соответствии с которыми фирма проводит свою деятельность:

- 1. концепция совершенствования производства;*
- 2. концепция совершенствования товара (качество товаров);*
- 3. концепция сбыта;*
- 4. концепция маркетинга;*
- 5. концепция социально-этического маркетинга.*

Задание 11

1. Разработайте для вашей продукции товарный знак, этикетку и упаковку.

Для этого используйте свой опыт как потребителей и информацию:

Этикетка может содержать:

- Описание товара
- Кто, где и когда сделал
- Содержимое упаковки

- Порядок его использования
- Техника безопасности при работе с ним
- Объем или вес
- Срок годности
- Питательная ценность
- Сорт
- Пожелания
- и др.

ЮНИТ «Финансовая грамотность»

Задание 1

Соотнеси термины и их значения.

Страхователь	а) Отношения по защите интересов населения, организаций, государства и его субъектов при наступлении определённых страховых случаев
Страховщик	б) Посредник между страховщиком и страхователем, который оказывает страховые услуги от имени страховщика и за его счёт на основании заключённого с ним договора
Страховой агент	в) Максимальная сумма, на которую застрахован объект
Страховая сумма	г) Организация или гражданин, заключившие договор страхования со страховщиком с целью получения страховой выплаты при наступлении случаев, предусмотренных договором
Страхование	д) Специализированная организация, которая предоставляет услуги страхования и имеет на это соответствующую лицензию

Задание 2

Назови отличия категорий «страховой агент» и «страховой брокер» по ряду признаков. Заполните таблицу.

Название характеристики	Страховой агент	Страховой брокер
Кто является основными клиентами		
Чьи интересы (страховщика или страхователя) представляет		
Каково знание о надёжности страховой компании		
Каков ассортимент предлагаемых страховых продуктов		
Кому принадлежит страховой портфель		

Задание 3

Дайте общую характеристику финансовым рискам в бизнесе по плану:

1. Определение _____

2. Характерные признаки _____

3. Примеры финансовых рисков _____

Задание 4

Ответьте на вопросы.

Тест «С какими финансовыми рисками может встретиться бизнесмен»

1. Каким видом рисков организации управлять легче?

- а) внешними
- б) внутренними
- в) механизм управления обоими видами рисков одинаков

2. Отказ от использования заёмных средств позволяет снизить:

- а) риск снижения финансовой устойчивости
- б) риск неплатёжеспособности
- в) валютный риск
- г) инфляционный риск

3. Отмена отсрочки платежа и требование оплаты товара только наличными средствами позволяют снизить:

- а) риск снижения финансовой устойчивости
- б) риск неплатёжеспособности
- в) валютный риск
- г) инфляционный риск

Задание 5

Ответьте на вопросы.

Тест «Что такое налоги и почему их нужно платить»

1. Налог – это:

- а) обязательный индивидуальный безвозмездный платёж, осуществляемый физическими и юридическими лицами в бюджет государства
- б) добровольный платёж, уплачиваемый физическими лицами для благотворительных целей
- в) платёж, уплачиваемый физическими и юридическими лицами в натуральной форме
- г) нет верного ответа

2. Какие виды налогов бывают?

- а) обязательные и добровольные
- б) дешёвые и дорогие
- в) региональные, местные
- г) все ответы верны

3. Идентификационный номер налогоплательщика:

- а) применяется для учёта сведений в налоговых органах о каждом налогоплательщике и его обязательствах
- б) выдаётся отдельным категориям налогоплательщиков, имеющим на это право

- в) выдаётся налогоплательщику за отдельную плату
- г) нет верного ответа

4. Объект налогообложения определяет:

- а) условия, когда взимается налог
- б) срок уплаты налога
- в) получателя налога
- г) нет верного ответа

5. Период времени, по итогам которого необходимо определить налоговую базу и рассчитать сумму налога к уплате, – это:

- а) налоговая пора
- б) налоговое время
- в) налоговый период
- г) нет верного ответа

Задание 6

Ответьте на вопросы.

Тест «Как сберечь деньги с помощью депозитов»

1. Размещение гражданином вклада в коммерческом банке предусматривает:

- а) обязательную уплату процента за пользование деньгами вкладчика
- б) внесение денежных средств исключительно в национальной валюте
- в) запрет на досрочное закрытие вклада
- г) внесение денежных средств исключительно в наличной форме.

2. Какой из нижеприведённых вкладов приносит своему владельцу наименьший доход?

- а) до востребования
- б) срочный
- в) условный
- г) все виды вкладов приносят своим владельцам одинаковый доход

3. Какой из нижеприведённых вкладов может принести своему вкладчику наибольший доход?

- а) до востребования
- б) срочный
- в) условный
- г) все виды вкладов приносят своим владельцам одинаковый доход

4. Какой из способов начисления процентов предполагает их последующую капитализацию (присоединение к сумме основного долга)?

- а) простые проценты
- б) сложные проценты
- в) способ начисления процентов не связан с возможностью капитализации процентов

5. В каком случае банки имеют право изменять размер процентной ставки, предусмотренной договором вклада, до истечения срока его действия?

- а) только в случае повышения размера процентной ставки;
- б) только в случае снижения процентной ставки;
- в) в любом случае.
- г) такого права у коммерческого банка нет.

Задание 7

Ответьте на вопросы.

Тест «Что такое ценные бумаги и какие они бывают»

1. К долевым ценным бумагам относятся:

- а) акции
- б) облигации
- в) векселя
- г) лотерейные билеты

2. Пакет акций, который позволяет его владельцу принимать решения в компании единолично, в том числе назначать руководство организации, называется:

- а) контрольным
- б) блокирующим
- в) миноритарным
- г) правильного ответа нет

3. Если акции могут реализовываться только учредителям или заранее определённом кругу лиц, то такое общество называется:

- а) обществом с ограниченной ответственностью
- б) закрытым акционерным обществом
- в) открытым акционерным обществом
- г) все ответы верны

4. Процедура отбора акций для допуска их к торговле на бирже называется:

- а) депозитом
- б) листингом
- в) котировкой
- г) эмиссией

5. Доход по облигациям выплачивается в форме:

- а) купонного дохода
- б) дивиденда
- в) прибыли
- г) процента

Задание 8

Перечислите причины, по которым инвесторы могут приобретать контрольный или блокирующий пакет акций компании.

Задание 9

Изучи правила работы биржи, порядок листинга ценных бумаг. Затем найди информацию про любую иностранную биржу и сравни две биржи: в чём совпадения и в чём различия.

Задание 10

Опиши, чем для частных инвесторов могут быть полезны брокеры.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Глобальные контексты в процессе обучения

Обучение и учение вовлекают понимание концепций в контексте. Это также важно использовать в ходе обучения старшеклассников курсу «Глобальные компетенции».

Глобальные контексты обеспечивают общий язык для действенного контекстуального изучения, определения специфических параметров, событий или обстоятельств, которые обеспечивают более конкретные перспективы для обучения и учения.

Когда педагоги выбирают глобальный контекст для изучения, они отвечают на следующие вопросы.

- Почему мы занимаемся данным исследованием?
- Почему эти концепции важны?
- Почему для меня важно понять?
- Почему людей заботит эта тема?

Контексты для обучения и учения поощряют исследование общества и совместную заботу о планете. Они предлагают размышлять о местных, национальных и глобальных сообществах, а также реальных проблемах молодежи. Педагоги могут определить один глобальный контекст, который устанавливает фокус для значимого обучения по юнитам курса.

Выбранный глобальный контекст будет обуславливать вопросы, которые педагоги и обучающиеся будут задавать в ходе изучения темы.

Многие исследования глобальных контекстов тесно взаимосвязаны и, в ходе изучения темы вопросы, которые касаются других глобальных контекстов, могут также быть рассмотрены.

Изучение предметного содержания через глобальный контекст позволяет обучающимся развить более глубокое понимание темы и применения знаний в реальном мире. Повторные циклы исследования, действия и размышления могут привести обучающихся от академического знания к практическому пониманию, развивая положительные отношения к изучению и осознанию личной и социальной ответственности.

Глобальные контексты

Глобальный контекст	Основные вопросы и описание	Примеры исследований
Личность и отношения	Кто я? Кто мы? Обучающиеся будут исследовать личность;	Возможные исследования Соперничество и сотрудничество

	<p>убеждения и ценности; личное, физическое, умственное, социальное и духовное здоровье; человеческие отношения, включая семью, друзей, сообщества и культуры; что означает быть человеческим</p>	<p>Команды, членство и лидерство Формирование личности Самооценка. Статус. Собственные силы и действия Отношения, мотивация, самостоятельность Счастье и благополучная жизнь Физическое, физиологическое и социальное развитие Здоровье и благосостояние Образ жизни Выбор Человеческая природа и человеческое достоинство Моральные и этические суждения Сознание и разум</p>
<p>Ориентация в пространстве и времени</p>	<p>Каково значение слов "где" и "когда"? Обучающиеся исследуют личные истории; дома и поездки; поворотные моменты в человеческой истории; открытия; исследования и перемещения человечества; отношения и взаимосвязь, людей и цивилизации с точки зрения личных, местных и</p>	<p>Возможные исследования Цивилизации и социальные истории, наследие, паломничество, перемещение, смещение и обмен Эпохи, эры, поворотные моменты и "большая история" Масштаб, продолжительность, частота и изменчивость Народы, границы, обмен и взаимодействие Природные и человеческие пейзажи и ресурсы</p>

		глобальных перспектив.	Развитие, ограничения и адаптация
Персональное и культурное выражение		<p>Какова природа и цель творческого выражения?</p> <p>Обучающиеся будут исследовать способы, которыми мы обнаруживаем и выражаем идеи, чувства, природу, культуру, убеждения и ценности; способы, которыми мы размышляем, расширяем и обладаем нашим творческим потенциалом; нашу оценку эстетического</p>	<p>Возможные исследования</p> <p>Мастерство, ремесло, создание, красота Продукты, системы и учреждения Социальные конструкции действительности Основные положения и образы жизни Критическая грамотность, языки и лингвистические системы Истории идей, областей и дисциплин Анализ и аргумент Самопознание и абстрактное мышление Предпринимательство, практика и компетентность</p>
Научные и технические инновации		<p>Как мы понимаем мир, в котором мы живем?</p> <p>Обучающиеся будут исследовать мир природы и его законы; взаимодействие между людьми и миром природы; как люди используют свое понимание научных принципов; воздействие научных и технологических достижений на сообщества и</p>	<p>Возможные исследования</p> <p>Системы, модели, методы; продукты, процессы и решения Адаптация, изобретательность и продвижение Возможность, риск, последствия и ответственность Модернизация, индустриализация и разработка Цифровая жизнь, виртуальная окружающая среда и Век информации биологическая</p>

		<p>окружающую среду; воздействие окружающей среды на человеческую деятельность; как люди приспособливают окружающую среду к своим потребностям</p>	<p>революция Математические загадки, принципы и открытия</p>
<p>Глобализация и устойчивое развитие</p>	<p>Как все взаимосвязано? Обучающиеся будут исследовать взаимосвязь созданных человеком систем и сообществ; отношения между местными и глобальными процессами; как местные события становятся глобальными; возможности и напряженные отношения обусловленные мировой взаимосвязью; влияние принятия решения на человечество и окружающую среду</p>	<p>Возможные исследования Рынки, предметы потребления и коммерциализация Человеческое воздействие на окружающую среду Общность, разнообразие и взаимосвязь Потребление, сохранение, природные ресурсы и общественные товары Население и демография Городское планирование, стратегия и инфраструктура</p>	
<p>Честность и развитие</p>	<p>Каковы последствия нашего общего гуманизма? Обучающиеся будут исследовать права и обязанности; отношения между сообществами; делить ограниченные ресурсы с другими людьми и с другими живыми</p>	<p>Возможные исследования Демократия, политика, правительство и гражданское общество Неравенство, различие и участие Человеческая способность и развитие Социальные</p>	

	<p>существами; получать доступ к равным возможностям при приеме на работу; мир и решение конфликта</p>	<p>предприниматели Права, закон, гражданская ответственность и общественная сфера Правосудие, мир и управление конфликтом Власть и привилегия</p>
--	--	---

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

*Из книги Аркадия Теплухина
«Библия малого бизнеса. От идеи до прибыли»*

Как искать идеи? Методы поиска

«Можно ли проснуться утром и поставить перед собой задачу на день - придумать пару идей для нового бизнеса? А потом ломать голову целый день?»

Найти несколько фантастических идей не так и сложно, но сказать, зачем они нужны и как их применить на практике, трудно. Это ложный путь - все равно что ставить телегу впереди лошади. Многие вещи выглядят заманчиво на стадии идеи, но не привлекут покупателей по той простой причине, что у покупателей нет потребности в подобных вещах.

Каждый предприниматель задается вопросом: как найти Идею для Нового Бизнеса?

Часто слышишь, что в бизнесе все давным - давно придумано, однако это далеко не так. Идей миллионы. Но ваша – всего лишь одна.

Прежде чем искать идею для бизнеса, присмотритесь к себе.

Способности людей не безграничны. У вас, возможно, есть талант что-то делать своими руками, хорошо рассказывать, ладить с другими людьми, а может, вы любите цифры и расчеты. Что вы за человек? Подумайте как следует.

После такого самотестирования начинаете подбирать подходящие для ваших способностей бизнес идеи.

Брать идеи можно из любого информационного источника (СМИ, сайты, например, 1000ideas.ru, журналы и др.). Но можно подумать и самому, применив следующие методы.

Метод № 1. Мозговой штурм. Напрягите свой ум!

Один из самых продуктивных методов стимуляции и активизации вашего мышления – это метод «мозговой штурм». Штурмуют при этом не что-нибудь, а собственную лень!

Мозговой штурм – это настройка на продуктивную работу. Метод достаточно известен. Главное - при рассмотрении какой либо потребности или версии продукта, удовлетворяющего эту потребность, надо учитывать все без исключения идеи, даже крайне несуразные. Никакой критики! Проводить штурм можно командой или самостоятельно. При самостоятельной работе лучше всего следовать определенной цели, отвечая

на уже готовые вопросы. Такие вопросы задаются как для уже готового продукта, так и для еще не существующего.

– Форма. Какая будет форма продукта или как ее можно изменить (обычная, модификация, круглая, квадратная, ровная...). Как можно определить или изменить размеры и формат продукта (больше, меньше, короче, тоньше, легче, массивнее, перевернут...)?

– Время. В какое время суток будет использоваться продукт и сколько времени это займет? Временные характеристики и рамки (медленно, быстро, дольше, мгновенно, вечный...) для создаваемого продукта?

– Актуальность. Как сделать продукт или услугу более полезными, надежными и удобными для покупателей? Какой товар и как именно может удовлетворить выявленную потребность?

– Цвет. Какие использовать цвета для визуализации вновь создаваемой марки или как изменить цветовую палитру уже существующей марки (бренда)?

– Движение. Как будет двигаться (ускоряться, замедляться, менять направление, подниматься и т. д.) новый продукт, и будет ли он вообще двигаться?

– Состояние. В каком состоянии будет находиться продукт (горячее, холодное, текучее, твердое...)?

– Особенности. Какие характерные признаки будут присущи продукту (сильнее, слабее, изменить, переделать, упругий, мягкий...)?

Список можно продолжить. Главное – учесть, в какой продуктовой области вы производите поиск новых идей или хотите что-то изменить. Если это изготовление мебели, нужно выбрать вопросы о цвете, времени использования, местонахождении, движении – то есть те вопросы, ответы на которые могут дать вам новое направление развития вашего мебельного бизнеса (новый дизайн, характер использования, стили мебели и др.).

(По кн.: Филип Котлер, Фернандо Триас де Без. «Новые маркетинговые технологии». «Нева», 2004, стр 153–161).

ИЗМЕНЕНИЕ ТОВАРА ИЛИ УСЛУГИ

1. Замена

Заключается в перемещении и изменении одного или нескольких элементов товара. Сюда же можно включить имитацию других товаров.

Приведу примеры. Замена фразы «Преподаватели учат студентов» на «Студенты учат студентов» ведет к интересному подходу к образованию. Студенты по очереди готовятся к занятиям – ежедневно один из них объясняет урок остальным.

Устранение стекла или пластика как материала, используемого для молочных бутылок, и использование вместо них картона привело к концепции «Тетра Пак».

«Умные здания» – новая категория конструкций, где внедряются современные системы контроля, безопасности и автоматизации.

2. Объединение

Заключается в добавлении одного или нескольких элементов к товару или услуге с сохранением остальных. Например, добавление прослушивания к чтению книги привело к созданию аудиокниг.

3. Инверсия

Заключается в том, чтобы сказать «нет» одному или нескольким элементам товара или услуги. Например, лотерея без розыгрыша привела к идее самоуправляемого лото, где каждый покупатель билета стирает защитный слой на коде и сразу же получает приз – безо всяких номеров.

4. Исключение

Заключается в удалении одного или нескольких элементов товара или услуги.

Исключение необходимости спускать воду в общественном туалете привело к идее использовать фотоэлемент, который срабатывает, когда человек выходит из туалета. Тогда вода стекает автоматически.

5. Гиперболизация

Заключается в преувеличении или преуменьшении одного или нескольких элементов товара или услуги. Это также совпадает с представлением о совершенном товаре или услуге.

Скажем, гиперболизация (увеличение) продолжительности мультфильма (до этого мультфильмы длились максимум пять минут) привела Уолта Диснея к идее создания мультфильма «Белоснежка». Родилась новая категория в индустрии кино – полнометражный мультфильм.

По тому же принципу созданы, например, велосипеды тандемы для двух или трех велосипедистов и ароматизированные дезодоранты для мужчин.

6. Реорганизация

Заключается в изменении порядка или последовательности одного или нескольких элементов товара или услуги...».

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК

Хозяйственный (предпринимательский) риск - риск, возникающий при любых видах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными, и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно - технических проектов.

Первое правило поведения предпринимателя: не избегать риска, а предвидеть его, стремясь снизить до возможно более низкого уровня.

Предпринимательский риск - опасность потенциально вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование деятельности.

Управление риском решает задачи:

Выживание.

Удержание издержек и других параметров (моральных, экологических, юридических и др.) организации в границах, которые позволяют сохранить организацию как работающую и прибыльную.

Приемлемый уровень беспокойства.

Задача «Обеспечение покоя и нормального сна». Чувство безопасности, вера в устойчивость достигнутого благосостояния и в возможность улучшения благосостояния — базовые потребности человека. Человек спокойный лучше работает. Однако человек очень спокойный и уверенный в том, что ему гарантирована хорошая жизнь, расслабляется. Уровень беспокойства должен быть оптимальным.

Стабильность доходов.

Стабильность благосостояния всех сторон.

Непрерывность работы.

Существует риск сбоев в работе каждой организации. Важная задача - не допустить сбоев и остановок работы.

Целесообразный темп устойчивого роста организации.

Требуется подготовленность к риску срыва роста и ситуационное обеспечение возможных потерь, которые могут замедлить рост или сделать его неустойчивым.

Социальная ответственность.

Прямого отношения к бизнесу данной организации это может не иметь, но любой индивидуальный и групповой член общества должен вносить свою лепту в благосостояние общества.

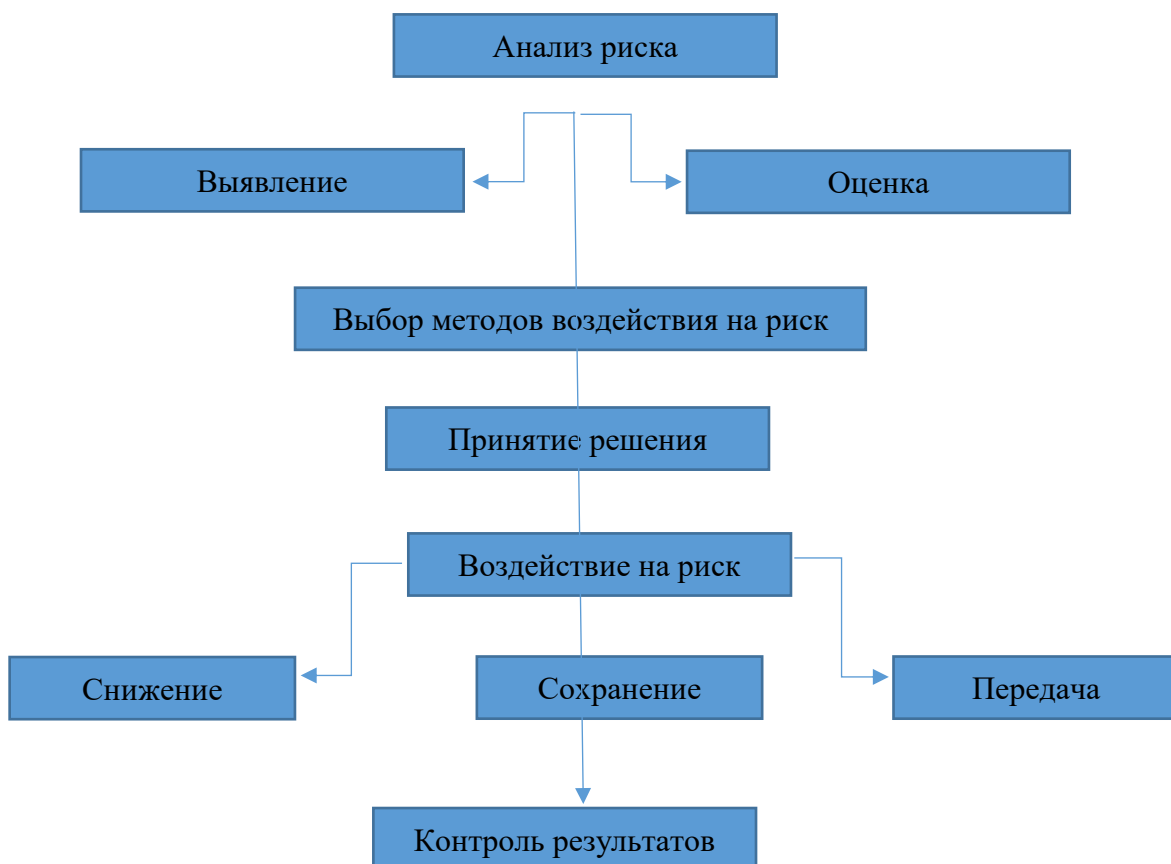
Удовлетворение ограничений внешнего характера: юридических, регуляторных, традиционных и других.

Экономичность: удержание себестоимости управления предпринимательским риском на уровне, минимально достаточном для нормальной работы организации.

Вышеперечисленные задачи должны по-разному планироваться до потерь, во время кризиса и после потерь. Процесс управления рисками организации — выработка и принятие стратегии отношения организации к рискам вообще и к каждому конкретному риску в отдельности.

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ РИСКОМ

Основные этапы процесса управления риском



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО КУРСУ "ГЛОБАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ" (11 КЛАСС)**

Подписано в печать 22.08. 2023 г. Формат 60×84 1/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Шрифт Times New Roman. Усл. п.л. 20