

Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі
Министерство образования и науки Республики Казахстан

Ы. Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясы
Национальная академия образования имени И. Алтынсарина



**БІЛІМ БЕРУ МАЗМҰНЫ ЖАҢАРТЫЛҒАН ОҚУ
БАҒДАРЛАМАСЫМЕН «КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ»
ОҚУ ПӘНІН (10-11-СЫНЫПТАРДА) ОҚЫТУ БОЙЫНША
ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» (10-11 КЛАССЫ)
ПО ПРОГРАММАМ ОБНОВЛЕННОГО СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Нұр-Сұлтан
2020

Ы. Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясы Ғылыми кеңесінің шешіміменбаспаға ұсынылды (2020 жылғы 18 қараша № 8 хаттама)

Рекомендовано к изданию решением Ученого совета Национальной академии образования им. И. Алтынсарина (протокол № 8 от 18 ноября 2020 года)

Білім беру мазмұны жаңартылған оқу бағдарламасымен «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәнін (10-11-сыныптарда) оқыту бойынша әдістемелік ұсынымдар. Әдістемелік ұсынымдар. – Нұр-Сұлтан: Ы.Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясы, 2020. – 246 б.

Методические рекомендации по преподаванию учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» (10-11 классы) по программам обновленного содержания образования. Методические рекомендации. – Нур-Султан: НАО имени И. Алтынсарина, 2020. – 246 с.

Білім беру мазмұны жаңартылған оқу бағдарламасымен «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәнін (10-11-сыныптарда) оқыту бойынша әзірленген әдістемелік ұсынымдамада жаңартылған білім беру бағдарламасы негізінде оқу процесін ұйымдастырудың ерекшеліктері, оқушылардың оқу жетістіктерін дамытатын, ойлау дағдыларын қалыптастыратын, болашақта кәсіпкерлікке және мамандық таңдауға бағыттайтын оқытдың тиімді әдіс-тәсілдері ұсынылған.

Әдістемелік ұсынымдама педагогика саласының қызметкерлері мен оқушыларға, ата-аналарға және басқа да мүдделі тұлғаларға арналған.

В разработке методических рекомендации по преподаванию учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» (10-11 классы) по программам обновленного содержания образования в рекомендации представлены особенности организации учебного процесса на основе обновленной образовательной программы, эффективные методы и приемы обучения развивающие учебные достижения учащихся, формирующие навыки мышления, ориентирующие их на предпринимательство и выбор профессии в будущем.

Методические рекомендации предназначены для работников сферы педагогики и обучающихся, родителей и других заинтересованных лиц.

© Ы.Алтынсарин атындағы
Ұлттық білім академиясы, 2020.

© Национальная академия образования
им. И.Алтынсарина, 2020

КІРІСПЕ

Нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерлік – шаруашылықтың маңызды қызмет түрі болып табылады. Өз ісін ақылмен саралай алатын, тәуекелге бара алатын, басқарушылық, ұйымдастырушылық қабілеті бар және алдына қойған мақсатына жете алатын адамды кәсіпкер деп, ал олардың іс-әрекеті кәсіпкерлік деп аталады. Кәсіпкерлік өз ынтасымен тәуекелге бел буа алатын, жеке табыс пен пайда табуға ұмтылған азаматтардың қызметі.

Кәсіпкерлік кез келген адам айналыса алатын әрекет түрі. Табысты кәсіпкер болу үшін білім, іскерлік, қабілеттілік, күш-жігер, жауапкершілік, табиғи дарын болуы керек. Әйгілі ғалым Б. М. Теплов «Әрбір кішкене жұмыстан түпкі мақсатқа жетудің баспалдағын көре білу – адамның идеалы болуының ең жақсы көрсеткіші» деген болатын. Басқару саласындағы ірі маман Макс Вебер бизнесті ақыл-ойдың дәнін себуші ретінде бағалаған. Атақты ортағасырлық араб ғұламасы Ибн Халдун кәсіпкерлікті «Адамдардың өз мүмкіндігі мен адал еңбегі арқылы молшылыққа кенелу іс-әрекеті» деп сипаттады. [1]

XX ғасырдың 1930 жылдарында кәсіпкерлік терминін Австриялық экономист Йозеф Шумпетер зерттеген болатын. Ол «Кәсіпкер – бұл жаңа ойды немесе өнертабысты жаңа өнімге айналдыратын адам» деп анықтама береді.

Нақтылай келсек, кәсіпкерлік – бұл нарыққа және өндіріске жаңа тауар мен кәсіпкерліктің моделін құрастыруда туындайтын шығармашылық ой. Шығармашылық ой динамикалық және ұзақ мерзімді экономикалық өсуге алып келеді.

Президент Қ.К. Тоқаев Қазақстан халқына Жолдауында кәсіпкерлердің жаңа толқынын қалыптастыру және білім берудің барлық деңгейлерінде «Кәсіпкерлік негіздері» пәнін енгізу қажеттілігін атап өтті. Кәсіпкерлік жаңа инновация арқылы өндіріс мүмкіндігін жоғары деңгейге көтереді. [2]

Осыған байланысты елімізде кәсіпкерлік пен бизнестің қыр-сырымен жастарды ерте бастан баулу, кәсіпкерлік, экономикалық құбылыс, замануи жағдайлардағы кәсіпкерлік, маркетинг, кәсіпкердің өзін-өзі жетілдіруі мақсатында «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні енгізілді.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні оқушыларды кез-келген уақытта өз бетінше шешім қабылдай алуға, ізденімпаздыққа, белсенділікке, тәуекелшіл, жігерлілік пен жауапкершілікке жетелейді.

Оқушы кәсіпкерлік пен бизнестің мәнін және ерекшеліктерін түсіне отырып, бизнеске қатысты қолайлы жағдайды тиімді пайдалана білу, уақытты пайдалана алу, ерік-жігердің мықты болуы, мақсат қойып, оған жете білу, іске бағыттала білу және бастаған істі аяғына дейін беріле істей білетін кәсіпкердің маңызды кәсіби қасиеттерін бойына сіңіріп, меңгеруіне мүмкіндік алады.

Әдістемелік ұсынымдарды әзірлеуге «Атамекен» ҰКП жетекші әдіскерлерінің, сарапшылары мен бизнес-жаттықтырушыларының зерттеулері мен тәжірибесі енгізілді.

1. «КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ» ПӘНІ БОЙЫНША (10-11-СЫНЫПТАРДА) ЖАҢАРТЫЛҒАН МАЗМҰНДАҒЫ ОҚУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

1.1 «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша жаңартылған мазмұндағы оқу бағдарламасының ерекшеліктері

Соңғы жылдары әлемдегі экономикалық жағдайдың өзгеруі нәтижесінде мектеп түлектері арасында кәсіпкерлікке тиімді және қолжетімді білім алу мәселесі ерекше қызығушылық тудыруда. Жаңартылған білім берудің оқыту технологиялары «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінің білім беру бағдарламасына енгізілген.

Мемлекет басшысының Жолдауында айтылғандай бүгінгі таңда жастардың кәсіпкерлігін дамыту басты міндет болып табылады.

Осыған байланысты «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін жүргізетін мұғалімдер мен оқушылар арасында сауалнама өткізілді. Сауалнама мәліметтері бойынша, пәнге деген қызығушылық танытқандардың саны екі есе көп болды. Зерттеу нәтижелері бойынша сауалнамаға қатысқан оқушылардың 72% - ы мектепте кәсіпкерлікті оқытуды қажет деп санайтынын көрсетті. Осыдан мектеп оқушыларын болашақта кәсіпкер болғысы келеді деген қорытынды жасауға болады. Бірақ сауалнама жүргізілген бұл мектептерде кәсіпкерлік білім берілмейді, олардың кәсіпкерлікке қатысты тиісті білімі жоқ. Осы мәліметтер негізінде жоғары сынып оқушыларын кәсіпкерлікке оқытудың түрлі тәсілдері мен технологияларын қолдана отырып, «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін енгізу туралы шешім қабылданды.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні кәсіпкерлік саласының негізгі түсініктері мен заңдылықтарын зерделеуге, білім алушыларда бизнес-ойлауды қалыптастыруға, белсенді өмірлік ұстанымды таңдауға, қазіргі заманғы жағдайларда болашақ дербес өмір сүру үшін дағдыларды жасауға бағытталған.

Оқу материалының мазмұны оқу процесін геймификациялау (ойын техникасы), жобалық оқыту және кейстік жұмыс қағидаттарына негізделген.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінің бағдарламасы нарық сарапшылары мен жұмыс істеп жүрген кәсіпкерлерді, «Атамекен»ҰКП сарапшыларын тарта отырып әзірленді. Бұл оқу процесіне нақты қазақстандық бизнесмендердің тәжірибесі негізінде кәсіпкерлік қызметтің барлық қажетті аспектілерін және пәнді оқытудың үздік халықаралық практикасын енгізуге мүмкіндік берді.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқушыларға кәсіпкерлік ортаға енуге және іс жүзінде қандай да бір тауарды немесе қызметті өндіру, команданы ұйымдастыру, өз өнімін ілгерілету, тұтынушылар мен серіктестерді анықтау, бизнеске салық салу, қала және ауыл жағдайында бизнесті кеңейту бойынша өз жобасын іске асыруға мүмкіндік береді. Оқу курсы аяқтағаннан кейін оқушылар өз компанияларын құруға және бизнесті бастауға мүмкіндік беретін білім мен дағдыларға ие болады.

Бағдарлама қолданбалы сипатқа ие, ол үшін маркетинг, экономикалық теория, дизайн ойлау сияқты бөлімдер енгізілді

Бағдарлама үш жыл бойы жүзеге асырылып келеді. Осы уақыт ішінде мұғалімдерге арналған бірқатар оқулықтар мен нұсқаулықтар жазылды, пән мұғалімдерін қайта даярлау үшін тренингтер өткізілді, мұғалімдерден, ата-аналардан және мектеп оқушыларынан кері байланыс жиналды, екі тілде тегін курстар өткізіліп, пәнді онлайн-геймификациялау үшін интернет-ресурс құрылды.

Бұл оқу процесіне нақты қазақстандық бизнесмендердің тәжірибесі негізінде кәсіпкерлік қызметтің барлық қажетті аспектілерін және пәнді оқытудың үздік халықаралық практикасын енгізуге мүмкіндік берді, және бұл бағдарламаны басқа пәндерден ерекшелігін көрсетеді.

Халықаралық тәжірибе көрсетіп отырғандай, жоғары сынып оқушылары үшін экономика мен бизнес негіздерін зерделеуді практикаға бағытталған тәсіл, кейстер және жалпы кәсіпкерлікті зерделеу кезінде пайдаланылатын басқа да әдістер арқылы енгізген жөн.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні аясында кәсіпкерлік, экономика, менеджмент, маркетинг негіздері бойынша базалық білім алу және оқушыларда кәсіпкерлік ойлауды, белсенді өмірлік ұстанымды, сондай-ақ қазіргі нарықтық жағдайларда одан әрі дербес қызметті ұйымдастыру үшін қажетті дағдыларды қалыптастыру көзделген.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» сабақтарында оқушылар қаржылық сауаттылық, өз қаржы ресурстарын басқару мәселелерін меңгереді, өздерінің шағын оқу стартабын өз бетінше ұйымдастыруға тырысады, банк жүйесінің, қор нарығының жұмыс істеуін, халықаралық бизнес мүмкіндіктерін зерделейді. Барлық көрсетілген экономикалық тақырыптар жалпы білім беру процесіне енгізілген, сондықтан оқушылар алған білімдерін практикада іс жүзінде тексеріп, қолдана алады. Өздерінің стартап-жобасын ұйымдастыра отырып, олар оны практикада жүзеге асырып, гранттық қаржыландырудың түрлі конкурстарына және жастар кәсіпкерлігін қолдаудың мемлекеттік бағдарламаларына қатыса алады.[3]

Қазіргі заманауи мектеп тұжырымдамаларында үнемдеуді, қаржы сауаттылығын, менеджментті және кәсіпкерлік дағдыларды қалыптастыруда төмендегі мақсаттарды бөліп алуға болады:

- үнемдеу және қаржылық сауаттылықтың базалық деңгейін қалыптастыру еліміздегі қоғамдық өмірдегі болып жатқан өзгерістерге оқушылардың әлеуметтік бейімделуі үшін, сол сияқты түлектерді кәсіпке бағыттау үшін қажет;

- қоғамдық және жеке өмірде жауапты үнемдік пен қаржылық шешімдер қабылдауда практикалық дағдылар қалыптастыру.

Осы мақсатта елімізде «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні экономикалық білімнің негіздерін үйрете отырып, нарықтық экономиканың өтпелі кезеңінде оқушыларға қажетті білім беретін пән болып енгізілді.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін әзірлеу жұмысының жобасын «Атамекен» ҰКП 2014 жылы бастаған болатын. Жобаға ҚР Білім және ғылым министрлігі мен «Атамекен» ҰКП бірлесе отырып, «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» атты жаңа пәнді 10 және 11 сынып оқушыларының оқу бағдарламасына енгізіп, оқытылу көзделді.

Бүгінгі таңда әлемде болып жатқан өзгерістердің жылдам әрі қарқынды даму үрдісі оқушыларды тәрбиелеу мен оқытудағы екпінді жылжуды анықтайды. Біз «ертеңгі күнді» болжай алмаймыз, ол мүлдем біз ойлағандай болмауы да мүмкін. Сондықтан бүгінгі оқытудың басты құндылығы-академиялық ақпараттың көлемін есте сақтау емес, оқушылардың бойында ақыл-ой мен дағдылардың белгілі бір түрін қалыптастыру болып табылады. Әлемдік жаһандану дәуірінің келуімен практикалық тұрғыда кез-келген салада білімге қолжетімділік қамтамасыз етіледі, сондықтан олар көбірек анықтамалық сипатқа ие. Білімге деген негізгі құндылық мәні практикалық қажеттілік барысында беріледі және осы мағынада дұрыс білімді табу, белгілі бір тәсілмен өңдеу және қолдану мүмкіндігі зор рөл атқарады.

Белгісіздік жағдайында кәсіпкерлік идеяларды жүзеге асыру мен жылжытудың қолданыстағы жағымды мысалдары сананың белгілі бір форматын және жоғарыда аталған дағдыларды сәтті қолданудың көрсеткіші болып табылады. Бұл ұстанымды көптеген елдер бұрыннан қабылдаған. Еуропа елдеріндегі балаларға арналған кәсіпкерлік 1919 жылдан бері оқытылып келе жатқаны белгілі.

Кәсіпкерліктің оқу пәні ретіндегі ерекшелігі – оған басқа пәндерді оқытудың классикалық әдістері сәйкес келмейді. Тек материалдық бөлігін зерттей отырып, кәсіпкерлікті теориялық тұрғыдан үйрену мүмкін емес. Логика мен идеяға бағынатын, саналы және талданған, түзетілген және қайталанатын әрекеттерді орындау кәсіпкерлік ойлауды қалыптастыруға әсер етеді.

Кәсіпкерлік ойлауды қалыптастыру барлық оқушылардың жаппай бизнеспен айналысуын білдірмейді, бірақ олар болашақта мықты мемлекеттік қызметкер, кез-келген саланың менеджері, бас менеджер немесе орындаушы менеджер маманы бола алады. «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні оқушыны ЖОО-ға түсу сәтіне дейін қызметтің қажетті саласы мен форматын өзінің толық ұғынуына итермелеуге, ішкі болып жатқан процестер, нарықтың кез келген субъектісі үшін міндеттер мен әсерлер туралы түсінік беруге, өмірдің түрлі жағдайларында қажет болатын қосалқы мамандық беруге бағытталған.

Оқулықтың қалыптасуы инновациялық құралдарды қолдану арқылы жүзеге асырылды. Мысалы, краудсорсингтік формата құрылған бұл оқулық диалог алаңын құрастыруға және әркім өз білімін ұсынуға, біршама жүйелі білім жинақтауға мүмкіндік алады. Оқулыққа енеген жаңа кейстер мен жаттығулар да оқушылардың білімін тереңдетуге ықпал етеді.

Қазақстандағы алғашқы «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні оқулығы жалпы білім беретін мектептер шеңберінде қоғамдық сананы

өзгертуге және жігерлілік пен шешім қабылдай алуға, саналылық пен жауапкершілікке бағдарлауға мүмкіндік беретін, оқушылар мен ата-аналардың қызығушылығын тудартын пән.«Егер біз болмасақ, кім?»- бұл мәселе әркімнің санасында болып және әркімнің өз деңгейінде, өз мүмкіндіктерінің шегінде ортақ болашағымызды қалыптастыруға күш салатындай болуы тиіс. Оқушылардың осындай нақты ақыл-ой көзқарастары мен іс-әрекеттерінен Отанға деген патриотизмді қалыптастыруға болады.

Оқу бағдарламасы мен оқыту әдістемесі оқушыларға шын мәнінде пайдалы, практикалық және шынайы өмірге бағдарлайды. Мектеп өзекті құралдарды ұсына отырып, балаларды шынайы өмірге дайындауы керек.

Пәнді оқытудың басты мақсаты – кәсіпкерлік ойлауды мектеп қабырғасынан дамыту.

Халықаралық бағдарламалардың тәжірибелеріне қарағанда бұл бағдарлама интерактивті болып шықты және геймификация қағидалары мен бизнес-кейстерді зерделеуге негізделген: 40% – теория, 15% – бизнестен нақты мысалдар, 45% – ойын түріндегі тәжірибелік тапсырмалар енгізілген. Неліктен геймификация алынды? Себебі, кәсіпкерлік – бұл әрекет, тәжірибе арқылы оқып, түсіну.

Оқулықтың әрбір бөлімі өзінше қызықты материалдан құралады. Тәжірибелі мамандардың жобаға қатысуы арқылы, сабақ тақырыптарына байланысты кәсіпкердің өмірінен мысал келтіруге болады. Мысалы, маркетинг саласын жақсы меңгерген кәсіпкер дәл осы сабақта өзінің тәжірибесімен бөлісетін болса, оқу процесі тиімдірек болары сөзсіз.

Бұл пәнде тек қана экономика негіздері ғана емес, менеджмент, маркетинг, бизнес, кәсіпкерлік негіздері терең оқытылады. Қоғамдағы кәсіпкерліктің дамуын зерттеу барысында қоғамдағы азаматтардың бес пайызында ғана кәсіпкерлік қабілеті бар болып шықты. Сондықтан да ерте бастан мектеп оқушыларының кәсіби ойлау қабілетін дамыту керек деген тұжырым жасалды.

Пәнді оқытудың негізгі мақсаты – жастарды бизнеске баулып, оларға кәсіпкерлік, экономикалық құбылыс, замануи жағдайлардағы кәсіпкерлік, маркетинг, ойлау дизайны, кәсіпкердің өзін-өзі жетілдіруі, даму стратегиясы, стартап акселератор және өз идеясын жүзеге асыру үшін жасалатын кәсіпкер әрекетінің бизнес – жоспарын пайдалану. Сонымен қатар жарнама жасау туралы базалық білім беру болып табылады.

Оқу мақсаттары болашақ жастарды:

- өз елінің патриоты және жауапты азаматы болуға;
- қоғамның және өз игілігіне өзінің мүмкіндіктерін барынша әсерлі пайдалана алуға;
- өз бетінше шешім қабылдауда белсенді, ынталы болуға;
- дәлелдемелі талдау жасауға және әсерлі ұсыныстарды шынайы, жүйелі ойлай алуға;
- өзіндік жеке тұлғасын дамытуға және өздігінен білім алуына, өзін өзі тәрбиелеуге бағытталған..

Оқушыларға экономика және қаржылық сауаттылық негіздерін оқыту-қазіргі заманғы оқыту бағдарламасына деген сұраныс, оны жалпы білім беретін мектептерге ендіру, яғни экономикалық тұжырымдамалардың жиынтығы, сол сияқты осы тұжырымдамаларды оқытудың тереңділігімен анықталады.

Бағдарлама мектеп тұжырымдамасы экономикалық және қаржылық білім берудің мақсат және міндеттеріне сәйкестендіріліп, қазіргі заманғы қажетті экономикалық және қаржылық сауаттылық бойынша оқушылардың бұрынғы алған білімін заманауи білімдерімен ұштастыруын қамтамасыз етуге жағдай жасайды.

Оқу пәні инвариантты компоненттің стандартты деңгейіндегі таңдау пәні болып табылады. «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін жалпы білім беретін мектептердің 10-11 сыныптарында оқыту Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрінің 2019 жылғы 7 наурыздағы № 105 бұйрығымен бекітілген Үлгілік оқу жоспарына сәйкес жүзеге асыралады.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні кәсіпкерлік саласының негізгі ұғымдары мен заңдарын зерделеуге, білім алушылардың іскерлік ойлауын қалыптастыруға, белсенді өмірлік ұстанымды таңдауға, қазіргі жағдайда болашақта өз бетінше өмір сүруге арналған дағдыларды қалыптастыруға бағытталған.

Оқу материалының мазмұны оқу процесінің геймификациясы (ойын техникасы) принциптеріне және кейстік жұмысқа негізделген.

Геймификацияны (ойын техникасын) кеңінен қолдану материалды түсінуді жеңілдетіп қана қоймай, сондай-ақ келешекте шынайы жағдайларға лайықтауға болатын алғашқы пайдалы дағдыларды қалыптастыруға бейімделген.

Кейстік (жағдаяттық) оқыту әдісі бір жағдайға стандартты емес тәсілдемелерді қолданып, креативтілік танытуға шынайы мүмкіндік береді.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығы бойынша оқыту PBL (Project Based Learning) әдістемесі негізінде құрылған. Бұл термин «Жобалық оқыту» деген мағынаны білдіреді. PBL әдістемесі әр оқушының оқу процесіне белсенді қатысуын анықтайды. Бұл ретте мұғалім барлық процесті үйлестіреді, бірақ оқушыларға шығармашылық пен дербес шешімдер қабылдау үшін еркіндік береді, сонымен қатар оқушылар әр түрлі мәселелер бойынша сарапшылардың рөліне еніп, өздерін сынап көреді.

Әдістеменің негізгі ұғымы – «Жоба». Оқушылар пәнді оқытудың 11-сыныбының бірінші және екінші тоқсанында осындай «Жобаны» дамытуы тиіс. Алдымен олар өз командасына мамандарды тартуға тырысатын стартаптың негізін қалаушысы рөлінде өзін елестету керек. Содан кейін олар басшылар, маркетингтер, зерттеушілер сияқты өз стартаптарымен жұмыс істейтін болады. Оларға өз клиентін зерттеуге, өз өнімінің прототипін жасауға, серіктестерді табуға және т.б. көптеген әрекеттер жасауына тура келеді.

Оқушылар тапсырмаларды алып, оны орындау уақытын білетін болады. Қандай өніммен айналысу керек, оны жылжыту үшін қандай әлеуметтік желіні таңдау қажет, олардың бизнесі үшін кім үздік серіктес бола алады. Осындай

сұрақтарға алдын ала қайсысы «дұрыс» екеніне нақты жауап берілмейтіндіктен, мұндай тәсілде «дұрыс-дұрыс емес» позициясының соңғы нәтижесінен бұрын, командалық жұмыс, команда мүшелерінің жобаға тартылу дәрежесі, олардың көрсеткен ерік-жігері мен ынтасы, олардың іс-әрекеттерінің жалпы бағыты мен қисындылығы бағаланады.

Нақты мәселеге шоғырлану оқушыларға қысқа уақыт ішінде зерттелетін мәселенің көптеген қыр-сырын білуге мүмкіндік береді. Осы әдістеме бойынша егер жұмыс стилі және тәсілін шектемей, нақты нұсқаулықтар, жұмысты бағалау критерийлері, шектеулі уақытты беру арқылы кез келген адамды белгілі бір жұмысқа дайындауға болады.

Жобалық жұмыс оқушыларға материалдың едәуір бөлігін қамтуға, өз жобасын жасау арқылы жаңа білім алуға мүмкіндік береді. Әдістің артықшылықтарына мыналарды жатқызуға болады:

- *Командалық жұмыс.*

Оқушылар командада жұмыс істеуге үйренеді, бұл оларға болашақта университетте немесе еңбек ету кезінде пайдалы;

- *Коммуникативтік дағдылар.*

Оқушылар бірлесіп жұмыс істейді, сондықтан оларға командада тиімді қарым-қатынас жасау өте маңызды.

- *Сөздік қорды дамыту.*

Жобамен жұмыс істеу барысында оқушылар тілдік қорын жаңа сөздермен айтарлықтай толықтырып үлгереді, сонымен қатар жобамен тығыз жұмыс істеу кезінде зерделенген сөздер қарапайым оқып жаттағанға қарағанда жақсы меңгеріледі.

- *Нәтижеге бағдарлану.*

Еңбек процесі барысында жұмыстарды орындау мерзімі қатаң есепке алынатындықтан көптеген мектеп түлектеріне жұмыс процесіне бейімделу қиынға соғады. Оқушылар күйзеліске, толқуға ұшырап, асыққаннан жұмыс сапасы төмендеп, мерзімінде орындалмай қалуы мүмкін. PBL әдісі бойынша жұмыс уақыты қатаң шектеледі, ал командалық орындау кезінде жұмысты бағалауда сынақ алынады. Сондықтан жобамен жұмыс кезінде оқушылар қатаң дедлайндарға (ағ. «deadline» – тапсырма орындалып бітуі қажет соңғы мерзім) үйреніп, жұмыс сәттерін еңсеріп, орындалатын жұмыстың сапасына нұқсан келтірмей, нәтижеге шоғырлануға үйренеді.

- *Міндеттерді бөле білу, тапсырмаларды беру (делегирлеу) және сенім білдіру, көшбасшылық қасиеттер.*

Жобаны орындау кезінде оқушыларға команда мүшелері арасында міндеттерді дұрыс бөлу қажет, өйткені олардың әрқайсысында әр түрлі күшті және әлсіз жақтары, түрлі интеллект, мотивация және темпераменттерге ие. Біреулерге сандармен жұмыс жасауды немесе ұсақ-түйек бөлшектерге мән берілетін жұмыстарды сеніп тапсыруға болады, енді біреулері монотонды жұмыспен айналыса алмайтын шығармашылық тұлға, кейбіреулері бір мезгілде бірнеше міндеттерді орындай алады, бірақ бір мәселеге шоғырлану кезінде қиындықтарға тап болады. Команда мүшелері рөлдерді өзара бөлуге, бір-біріне

сенім білдіруге үйренеді. Сондай-ақ олар кімнің көшбасшы рөлін атқара алатынын түсінеді және өздері де көшбасшылық қасиеттерге ие болуға тырысады.

- *Жауапкершілік.*

Әр команда мүшесінің өз жауапкершілік аймағы болғандықтан, өз міндеттерін орындамау команданың барлық жұмысына теріс әсер етуі мүмкін. Жұмыстың бағалануы командалық болғандықтан, жұмыстың өзіне тапсырылған бөлігін жақсы атқару әр адамның мүддесі.

Тәжірибе көрсетіп отырғандай, PBL әдістемесін енгізгеннен кейін оқушылардың оқу процесіне қатысуы ұлғайып, сабаққа деген белсенділігі артады. Мұғалім оқушыларға тек қана көмектеседі, тәлімгерлік бағыт пен кері байланыс орнатады, бұл ретте оқушылардың шешім қабылдау процесіне араласпай, олардың өздері қандай да бір дұрыс шешім қабылдауларына ынталандырады, яғни білім беру процесіне жауапкершілік оқушылардың өзіне жүктеледі.

PBL әдісі қандай да бір қосымша құралдарды немесе техникалық жабдықтарды талап етпейді. Бірақ мұғалімнен ынта-ықыласты, шығармашылық көзқарасты, қалыптан тыс ойлауды және оқушыларға қатысты кеңесші-тәлімгер позициясын атқаруды талап етеді.

Нәтижесінде оқушылар нақты міндеттерді, бизнес өмірінен алынған кейстерді шешуге үйренеді. PBL оқушыларға олардың әлеуетін ашуға мүмкіндік береді және оқушыларға өзінің шынайы жобаларымен командада нақты жұмыс жасау туралы түсінік береді.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәнінің ерекшеліктері:

- Қазақстанның кәсіпкерлігі тәжірибесі мен ерекшеліктерінің, даму тарихы мен қалыптасуының негіздеріне сүйене отырып, оқу пәнін құру;
- өмірлік саналы ұстанымдарды және өз әрекеті бойынша жасаған таңдауына жауапкершілікпен қарау ұстанымын қалыптастыру үшін коучингтік тәсілдемелерді қолдану;
- Қазақстандық және әлемдік нарық жағдайларындағы кадрлық үрдістер тұрғысынан талап етілетін ХХІ ғасыр дағдыларын қалыптастыру.

Оқыту міндеттері:

- оқушылардың кәсіпкерлік пен бизнестің теориялық негіздерін қалыптастыру;
- оқушылардың жеке қаржылық сауаттылықтың тәжірибелік дағдыларын меңгеруі;
- оқушыларда өз жетістіктері мен өмірлік ұстанымдарына қатысты жауапкершілік сезімін қалыптастыру;
- оқушыларда кәсіпкерлік ойлауды және өз әлеуетін жүзеге асыру мүмкіндіктерін көре білу біліктілігін қалыптастыру;
- бизнес-идеяларды ойлап табу дағдыларын қалыптастыру және оларды кәсіпкерлік әрекет деңгейіне дейін дамыту;
- бизнес-модельдеу дағдыларын дамыту және бизнестің өміршеңдігін арттыру мақсатында бәсекелестіктің құбылмалы жағдайларына бейімделе білу;

- зерттеу дағдыларын қалыптастыру және заманауи ақпараттық технологияларды қолдану.

Оқу бағдарламасындағы оқу материалдары оқулықта сондай-ақ, оқушылардың онлайн форматта жұмыс жасауына жағдай жасалып құрастырылған. Бұл платформа оқулықпен тығыз байланысты: оқушы оқу материалдарындағы тақырыппен, қосымша материалмен, оның ішінде бейне материалдармен танысады, белгілі бір тақырыптар бойынша форумдарда басқа оқушылармен өзара әрекеттеседі, өз жобаларын жүргізеді және отандық өндірушілер ұсынған онлайн бөлімдерде тиісті жазбалармен таныса алады.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінің 10-сыныпқа арналған оқу пәнінің мазмұнындағы тоқсанға сәйкес 4 бөлімді қамтиды. [4]

«Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік» атты 1-бөлім оқушыларды «Кәсіпкерлік және бизнес» пәні негіздерімен, қажетті терминологиямен таныстырады, экономика және тұлға құзыреттілігі арқылы кәсіпкерлік мәнін қарастырады, кәсіпкерлікті бизнес терминінен ажыратуды үйренеді. Бұл бөлімде оқушы пәннің толық мазмұнын түсінеді және кәсіпкерліктің мәнімен ажыратады, өзінің бүгінгімен болашағы үшін маңыздылығын анықтайды.

«Заманауи жағдайлардағы кәсіпкерлік» атты 2-бөлім оқушыларды кәсіпкерліктің әр түрлі формаларымен таныстырып, заманауи кәсіпкерлікте қандай инновациялар мен трендтер бар екенін және өз ісін ашу үшін қандай қадамдар жасау керектігін біледі, стартап ұғымдарымен, бизнес-модельдерімен және стартап идеологиясымен танысады. Бұл бөлімде оқушылар бәсекелестіктің не екенін және бәсекелестік стратегияларының түрлерін, баға қалыптастыру құрылымын сипаттауды, баға саясатының мәнін түсінуді және баға стратегияларын ажыратуды үйренеді.

Сонымен қатар ойын формасы негізіндегі теориямен параллель кәсіпорындардың құрылу алгоритмі және түсінігін қосатын компания менеджментімен танысады. Оқушы идеяларды генерациялаудан бастап ұйымдастырылған компанияны басқаруға дейінгі барлық кезеңдерден өтеді, креативтілік, талдау және идеяны құру, топты, жарғы, компания құрылымын құру, оны тіркеу сияқты және т.б. дағдыларды қалыптастырады. Оффлайн ойындар бақылаушы-қадағалау мемлекеттік органдары және жетекшілер рөлін ойнайтын оқушылар құрамын жұмылдыру арқылы процесті симуляциялау деңгейінде оқу тобы шеңберінде өткізіледі.

«Әрекеттегі маркетинг» атты 3-бөлім FMCG секторының нақты жұмыс істеп тұрған отандық тауар өндірушілері негізінде тауарларды жылжыту маркетингін зерделеуді қарастырады. Оқушылардың біріккен топтары нақты өндірушіні және оның ұсынатын өнімдері ішінен біреуін таңдайды. Алынған білім мен дағдыларды қолдана отырып, оқушылар жаңа тауарларды игеру немесе көлемін арттыру мақсатында өнімді баламалы жылжыту бойынша креативті идеяларды қалыптастырады.

Нарыққа шығу және түрлі бәсекелес стратегияларды жүзеге асырумен байланысты компанияның сыртқы экономикалық қызметімен танысады. Маркетинг және экономика саласындағы материалдармен қоса, оқушылар онлайн ойынның виртуалды бәсекелес ортасына түседі, ол жерде бір-бірімен бәсекелесе отырып, бір өнім түрін ұсынады, мәліметтерді талдау арқылы, түрлі маркетингтік қадамдар қабылдайды.

«Дизайны ойлау» атты 4-бөлім бизнес-шешімдерді іздеуге клиентке бағытталған дизайн-ойлау сияқты тәсілдің ерекшеліктерін қарастырады. Тоқсанның басында мұғалім ұсынған тізімнен бизнес-мәселені таңдап, оқушы дизайн-ойлау әдіснамасын: эмпатияны, талдау мен синтезді, идеяларды ойлап табуды, прототип жасау мен тестілеуді қолдана отырып бүкіл тоқсан бойы жұмыс жасайды. Оқушылар өндірушілермен өзара іс-әрекет жасауда және жобалау жұмыстарын орындауда нақты тәжірибе алады. Бұл өндіруші үшін де тиімді, себебі ол компаниясы туралы ақпараттың жариялануы және өнімдерінің бүкіл Қазақстан бойынша тегін жарнамалануына мүмкіндік алады. Ал мемлекет экономикасы үшін – бұл отандық өндірушіні қолдау. Оқушылардың біріктірілген топтары нақты бір өндірушіні және оның өніміндегі белгілі өнімді таңдайды. Алынған білімді және дағдыларды қолдану арқылы оқушылар өнімді қайта позициялау баламасы бойынша креативті идеялар құрады және көлемді үлкейту мақсатында форматты жылжыту немесе нарықтағы жаңа тауашаны жауалап алады. Оқушылар өз жұмыстарын Қазақстандық интернет сегментінде өндірушінің ресми хэштегтерімен белгілейді.

Оқушылар оқу порталында орналасқан отандық тауар өндірушілердің тізімінің ішінен бүкіл Қазақстанды өз тауарымен жабдықтайтын компанияны, сондай-ақ оған сату дүкендеріндегі тауарлар бойынша таныс жергілікті компанияларды таңдауға құқылы. Оқушылар жобалау жұмыстарын орындау және өндірушілермен қарым-қатынаста шынайы тәжірибеге ие бола алады.

Тоқсан қорытындысы бойынша тауарлары жобаға айналған отандық тауар өндірушілер ең үздік жұмыс байқауын өткізеді және үздік жоба тобының оқушылары Қазақстан территориясындағы кәсіпкерлік жазғы демалыс лагеріне жолдама ала алады.

Жалпы білім беретін мектептердің 11-сыныбына арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні басқа бағыттарға басымдықтар бере отырып, оқыту процесіне арналған әдіс-тәсілдерімен ерекшеленеді. Академиялық білімнің орнына практикалық дағдыларды алуға үлкен назар аударылады, бұл оқушылармен өзара іс-әрекеттің белсенді түрлерінің басым екенін көрсетеді. Оқыту процесінің өзі Life-long learning (өмір бойы үздіксіз оқыту) тұжырымдамасына жауап беретін тұрақты және тиімді мінез-құлық үлгісін қалыптастыра алатын табиғи және үздіксіз құбылыс болып табылады. [5]

Оқу пәнінің 11-сыныптағы білім мазмұны 4 бөлімді құрайды:

«Стартап акселератор-1» және «Стартап акселератор-2» атты алғашқы екі бөлімі бизнес-моделдеумен таныстырады, сондай-ақ стартап жобаның құрылуы кезінде қажетті болатын әлеуметтік дағдыларды қалыптастырады. Оқушы кәсіпкерлік білімге ие бола отырып, өз бизнес-идеясын қалыптастырады және оны бизнес-акселератор принципі бойынша нақты бизнеске айналдыру үшін қажетті құралдарды меңгереді және күнделікті, іскерлік, жеке өмірдегі отбасылық-тұрмыстық міндеттерді жүзеге асыру үшін қолданылуы мүмкін идеяларды шынайылыққа айналдыру тәжірибесіне ие болады.

«Кәсіпкердің өзін-өзі жетілдіруі» атты 3-бөлімі оқушыларда қаржылық сауаттылық негіздерін қалыптастыратын әлеуметтік дағдыларды дамытуды жалғастырып, отбасының жеке қаржылық жоспарын тиімді үйлестіре білу жолдарын үйретеді, банк жүйесімен және халықаралық нарықпен таныстырады. Бөлімнің негізгі ерекшелігі — оқушылар демо-шотты пайдалана отырып, Қазақстанның қор биржасының (KASE) нақты мәліметтері негізінде ойын платформасы арқылы инвестициялау дағдыларын меңгереді. Сол арқылы талдай білу қабілеті артып, оқиғалардың мәнін, олардың экономикалық көрсеткіштерге ықпалын түсінеді. Аталған жұмыс аналитикалық қабілеттілікті дамытады, жағдаяттардың мәнін және олардың экономикалық көрсеткіштерге әсер етуін түсінуге үйретеді.

«Даму стратегиясы» атты 4-бөлімі білімалушылардың назарын нарықтың даму болжамдарына аударады. Мақсат қою дағдыларын, бизнестің ауқымымен, халықаралық бизнеспен, жеке стратегиямен, масштабтаумен танысуды үйретеді. Қазақстан өнімінің халықаралық нарыққа шығу стратегиясының жеке пайымын қалыптастырады. Бұл бөлімде тұтынушылар мен кәсіпкерлердің құқықтарын қорғауға бағытталған мемлекет және қоғамдық ұйымдар жүзеге асыратын шаралар кешенімен танысады.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәнінде бизнес және кәсіпкерлік іс-әрекетті байланыстыратын процестер жайында жеткілікті, толық түсінік алып, оқушылардың жалпы бағдарлама бойынша жұмысын қалыптастыруға мүмкіндік береді. Мектептегі таңдау пәнінде енген «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні оқытудың маңыздылығы: «Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік», «Замануи жағдайлардағы кәсіпкерлік», «Әрекеттегі маркетинг», «Ойлау дизайны», «Кәсіпкердің өзін-өзі жетілдіруі», «Даму стратегиясы», «Стартап акселератор» тақырыптары кеңінен талданып, оқытылады.

Сабақ барысында оқушылар бизнес жүргізуде түрлі жағдаяттардың шешімін табуға тырысады. Коммуникациялық машықты арттыратын іскерлікке баулу бизнес-ойындар мен жаттығулар оқушыларға ерекше әсер қалдырады. «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні арқылы жоғары сынып оқушылар дұрыс шешім қабылдаудың маңыздылығы мен алдында тұрған жауапкершілікті түсінеді. Үлкен өмірге қадам басып, болашақ мамандықты дұрыс таңдау жасауына көмектеседі. «Кәсіпкерлік және бизнес

негіздері» оқу пәні уақытты бағалау, көшбасшылық машықтарды игеру, маркетингтік талдау жүргізу, жобаға бизнес-жоспар жазуды үйретеді.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні кәсіпкерлік қызметтің негізгі ұғымдарымен таныстыруды, өз әлеуетін тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін құзіреттілікті дамытуды, сондай-ақ келешекте өз бизнесін құру және оны тиімді басқаруды қарастырады.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу курсы келесі қағидаттарға негізделген:

- модульдік тәсілдеме
- білім берудің түйін нәтижелеріне акцент қою
- теорияның тәжірибемен байланысы
- оқушыға бағытталған интерактивті білім беру
- кәсіби біріктіру перспективасы
- гендерлік теңдік

Пәннің миссиясы келесі құзіреттіліктердің дамуына ықпал ететін кәсіпкерлік парадигманы құру:

- *Білім* – жеке, кәсіби немесе кәсіпкерлік қызметтегі мүмкіндіктерді көрсетуге жеткілікті және қажетті білім беру. Адамдардың шынайы қоғамдағы өмір сүру ортасы және жұмысымен таныстыру. Кәсіпкерлік саласындағы білім заманауи деңгейде даярлануы керек.

- *Дағды* – өз бойына менеджмент саласының дағдыларын жинаған (мысалы, басқару және делегациялау, тиімді жоспарлау, анализ, сендіру, топта жұмыс істей білу, бағалау және тіркеу) тиімді тұлғалар концепциялары негізінде құралады. Сондай-ақ білім беру курсы аясында адамдардың алдында сөйлей алу дағдылары, өз бойындағы күшті және әлсіз жақтарын табу, тәуекелді бағалау және жауапкершілікті қабылдау.

- *Мінез-құлық* – «Жатқан тастың астында су шықпайтындығына» үйрету және өмірде түрлі салаларындағы қызметтердің проактивтілігімен ерекшеленетін бастамашылдық позицияны құру. Қойылған мақсаттардың азын-аулақ жетістіктері тізбегі арқылы уәж және табандылықты бекітуге мүмкіндік беру. Оқушылардың санасында жағымды тәжірибе құру.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәнінің негізін базалық құзыреттер құрайды. Базалық құзыреттілік – бұл білім, дағдылар, мінез-құлық модельдерінің әмбебап бірігуі, олардың көмегімен оқушылар өзін-өзі дамыта алады. Білім беру жүйесінде «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінің негізгі құзыреттері:

1. *Кәсіпкерлік құзыреттер* –кәсіпкерлік кез-келген жағдайды, оның ішінде нарықтағы жағдайды талдай білуді және шарттарға сәйкес келетін тиімді әрекеттерді қолдануды қамтиды. Ол жеке және қоғамдық мүдделер туралы

толық хабардар болуды, жағымды және жағымсыз нәтижелер үшін жауапкершілікті қабылдауды, стратегиялық көзқарасты, уәждемені қалыптастыруды қамтиды.

2. *Өзін-өзі тану және өзін-өзі жетілдіру* – оқулық материалдары оқушыға өз қалауы мен қызығушылығының призмасы арқылы болашаққа жаңа көзқараспен қарауды, алдын-ала алған дағдылар мен білімнің өзі қалаған болашаққа жетуге қандай рөл атқаратындығы туралы көзқарасты қалыптастыруды ұсынады. Бұл өзін-өзі бағалау, қоғамдағы өзіндік мінез-құлық үлгісін талдау, өзін-өзі тану, дарындылығын анықтау және оны жүзеге асыру; кәсіби және әлеуметтік тұрғыдан өзін-өзі анықтау; өз өмірін жоспарлау, жеке тұлғаны мақсатты қалыптастыру және дамыту сияқты бұрын таныс емес тақырыппен жұмыс істеуге талпындырады.

3. *Стратегиялық құзіреттіліктер, іс – әрекет дағдысы* – оқушыларға жедел операциялық мәселелерді шешуге ғана емес, сонымен қатар операциялық жоспарлаудың көкжиегіне қарап, оған қарсы саясатты қалыптастыруға үйрету. Ол үшін оқушыларға проблемаларды анықтау, шешім табу, жүйелі шараларды құру, нәтижені жүзеге асыруды және бағалауды үйрену, әрекеттерді түзету, болжамды нәтижелермен салыстыру, дұрыс құралдарды таңдай білу және серіктестерді тарту қабілеттерін дамытуды көздейді.

4. *Математика, жаратылыстану және технологиядағы құзыреттілік* – нақты құбылыстармен бірге түрлі жағдайларды ескере отырып, есептерді шешу қажеттілігі. Оқытылған параллель пәндерге олардың практикалық қолданылуы тұрғысынан ерекше қызығушылық тудыруға ықпал етеді. Оқушылар математиканы «үйрену керек» болғандықтан емес, мүмкін болатын бизнесті есептеу үшін қажет болғандықтан да қызығушылық таныта бастайды. Оқу тапсырмалары оқушыны қарапайым болып көрінетін құбылыстармен, дүкендегі тұтынушылардың қарапайым мінез-құлқын, тұтыну жағдайларын және сатып алынатын тауарлармен байланысын мұқият зерттеуге жетелейді.

5. *Үздіксіз білім алуды үйрену* – объективті қажеттілік туралы түсінік қалыптастыруда үздіксіз білім үнемі жаңарып отырады, мұнда бақыланатын өзгерістерге үнемі бейімделу сабақтастығы, жаңа технологияларды енгізу, жеңілдету немесе тиімділікті арттыру мақсатында процестерді үнемі жетілдіру қажеттілігімен анықталады. Үнемі үйрену дағдылары – болашақта оқушының жеке өміріне белгілі бір із қалдырады. Бұл тұжырымдама жаңа нәрселерді үнемі қадағалап отыруға, өзін және шындықты өлшеуге, жаңа білімді қолдануға және мінез-құлық үлгісіне біріктіруге үйренеді. Сайып келгенде, бұл көшбасшылық бейімділігі бар тиімді тұлға қалыптастыруға жетелейді.

6. *Ана тіліндегі қарым – қатынас құзыреттілігі* – жаңа материалдарды зерттеуге, өз вокабулярын байытуға, ана тілінде сөйлеуге және кәсіпкерлік терминологияларды ана тілінде қолдануға мүмкіндік береді.

7. *Диджитал құзіреттілік* – оқулықта тақырыпты тек компьютерлік техниканы ғана емес, сонымен қатар жеке гаджеттерді, іздеу машиналарын қолдануды және интернет мүмкіндіктерін сенімді пайдалануды қамтиды. Осы іс-әрекет аясында оқушылар БАҚ-ын алға жылжыту, мультимедиялық

технологияларды қолдану, логикалық және сыни ойлауды қалыптастыру бойынша негізгі нақты қолданбалы дағдыларды игереді. Оқыту шеңберіндегі ойын процестері виртуалды кеңістіктегі нақты уақыттағы онлайн-өзара әрекеттесуді де қамтиды.

8. *Мәдениетаралық өзара қарым-қатынас құзыреттілігі* – бағдарлама шеңберінде халықаралық бизнес пен стратегиялар, сондай-ақ оны қолдану кезінде халықаралық мысалдар пайдаланылды. Бұл оқушыға бүкіл әлемге танылған мәдени ұлттық құндылықтармен және жалпы адамзаттық құндылықтармен танысуға және байланыстыруға мүмкіндік береді. Бұл мәдениетаралық кеңістікке жақындасу мен кірігу, құндылықтардың ортақтығын түсіну және сонымен бір мезгілде өз бірегейлігін түсіну процесіне әкеледі, өзінің түп тамырын, мәдени негіздерін, отбасылық және қоғамдық дәстүрлерін іздеп, оны қабылдауға әкелуі тиіс.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығын құрастыру барысында қолданылған критерийлер:

Ақпараттылық – оқулықта әр тақырып бойынша ақпарат терең іріктеліп және жинақталып құралған. Қосымша мәліметтер ұсынылған.

Көрнекілік – оқулықта толықтай құнды ақпараттармен толықтырылған суреттер, графикалар, кесте және т.б. енгізілді.

Түсініктілік – оқулық тілі оқушыға түсінікті, анық, практикамен байланыс сақталған. Соның ішінде көптеген терминдер және ұғымдар олардың өмір сүріп жатқан шынайы өмірімен байланысты. Мысалы, оқушыға «Вайн» деген не екенін және «вайнерлер» деген кім екенін түсіндіру қажет емес. Мұнда оқытушылардың өздеріне, керісінше заманмен қатар жүруді үйренулері керек;

Ғылымдық – базалық ғылыми жаңалықтар енгізілген және қолданбалы ғылымдарды зерттеуге және ашу үшін сілтемелер жасалған Белгілі пікір ұсынылған жағдайда, оқулық мәтінінде бар альтернативті пікірлер және позициялар көрсетіледі;

Өзектілік – аталған оқулықтың ерекше сипаты. Оқулыққа арналған материалдар нарық «алаңынан» тікелей краусорсинг арқылы жиналған және әлі де жиналуда. Осы шақтағы компаниялардың шынайы кейстері, мамандармен бүгінгі шынайылықтан алып жазған білімдері және әдістемелері - осының барлығы оқулықтың өзектілігін көрсетеді;

Қызықтылық – мысалдар шынайы оқиғалардан, өмір жағдайларынан алынды, оқушылардың тілінде сөйлеу арқылы олардың қызуғышылығын ояту;

Логикалық – материалдардың ретпен берілуінде және әр тақырып бірінен кейін бірі туындай отырып байланысқан. Мысалы, материалда, кәсіпкерлік жолына жаңадан түскен Әмірдің бизнестегі оқиғасы пайдаланылған, кәсіпкерлікті ашуының себеп-салдарына байланысты қамтамасыз ете отырып, оның орындау әрекеті ретпен беліленген.

Іскерлік – оқулықтың екінші жарқын сипаты. Оқулықтағы материалдар әртүрлі стартап акселераторлардың оқыту тәжірибесімен үйлесуі, онда адамдар курста білім алып, жай бизнес идеядан бірінші келісім-шарт немесе инвестицияға дейінгі барлық кезеңдерді өтеді.

Толықтылық – оқулық толықтай стартап мәдениеті және менталдылығының жалпы концепциясы және философиясынан тұрады.

Ерекшелігі – оқулық барлық процедуралар мен ережелер Қазақстанда бұрын-соңды болмаған тәжірибе негізінде, краудсорсинг принципі бойынша құрылды. Оқулықта жаттықтырушы құзыреттілігіндегі арсеналдан алынған ойын технологиялары, психология мектептерінен алынған– коучингтен, шетелдердегі жоғарғы оқу орындарындағы және т.б. оқыту әдістемесінен алынған кейс-стадилер қолданылған.

Жобалар

Жобалар – теория және тәжірибенің бірлесуі негізінде орындалып, қорытындысында қандай да бір өнім пайда болатын берілген бағыты бар зерттеулер.

Кейстер

Нақты жағдаяттарды зерттеу (Casestudy, шынайы өмірдегі («кейстер») қиындықтармен, мәселелерді жеңуге үйретеді, оларды бақылау, түсіну, интерпретациялау немесе тіпті шешу үшін қызмет етеді. Әдетте «Кейс» шынайы өмірдегі кәдімгі жағдайды көрсетеді. Нақты жағдайлар әдісіне қойылатын талаптар: диагностика немесе шешуді талап ететін мәселелі жағдайдың болуы; қойылған мақсаттарға сәйкес келуі; оқушыларды мотивациялау. Кейстік талқылаудың мәні шешімдердің жоғары нұсқалығы, мұнда бірде бір дұрыс шешімнің болмауы.

Жаттығулар және міндеттер

Жаттығулар – әрекеттердің саналы және жүйелі қайталануын, зияткерлік және тәжірибелік дағдыларды құруға арналған операциялар немесе процедураларды, жетістіктерді жақсартуды болжайды. Жаттығулар әртүрлі типті болады: кіріспе, ағымдағы, бекітуші, тексеруші, жеке, топтық, бағытталған/жартылай бағытталған/шығармашылық. Олар көбіне тәжірибеленетін әдістерді пайдалану кезіндегі процедуралар ретінде қолданылуы мүмкін.

Проблематизациялау (мәселелерді шешу әдісі)

Бұл шешуі мүмкін бірнеше ұқсас шешімдер ұсынылатын мәселелік жағдай презентациясы. Айқын емес және күдік немесе сенімсіздік туғызатын проблемалар, дұрыс шешім/шешімдер табуға деген әуестік және қызуғышылық тудыруы керек. Заманауи дидактикалық тәжірибедегі проблематизациялау ең құнды әдістердің бірі болып табылады, себебі ойлауға, мәселені дербес шешуге бағдарлайды. Дискуссия барысында қолдану арқылы оқушыны мәселені шешетін тиісті жауап іздеу қалпына жетелеу. Қайшылықты, бір мәнді шешуге келмейтін қиын мәселені сипаттайтын мәселелік жағдайды құрудан басталады. қабылданған білім мен жаңа жағдаят арасында қайшылық тудыруы керек.

Мәселелік жағдайды құру үшін келесідей сипаттармен жабдықтау керек:

- оқушы үшін когнитивтік қиындық көрсету, оны шешу шынайы ақыл-ой жігерін талап етеді.

- оқушыны әрекет етуге мәжбүрлейтіндей (іздеу, бөгеттерді жеңу, шығару,

өзі білетінмен және белгісіздіктің арасындағы байланысты орнаты, шешім табу, қабылдау) қызығушылығын тудыру, таңдандыру, шабыттандыру,

- қатысушының әрекетін шешім бағытына, шешу әдістерін табуға бағыттау. Мәселелік жағдайды алдын ала алынған білім мен тәжірибені жандандырмай шешу мүмкін емес.

Мәселелерді шешу логикалық ойлау, индукция, дедукция, интуиция, аналогия әдістері, сондай-ық ерік және батылдық қасиеттерін іске қосады.

Мәселелік жағдайды құру және шешімді іздеу үшін зерттеу белсенділігін құру үшін төрт фундаменталды кезенді қарастыру қажет:

1. *Мәселенің қойылуы.* Алдымен мәселелік жағдайды құру, фактілерді баяндау, жалпы алғандағы байланыстың себеп-салдарын көрсету. Бірінші сұрақтарды алғаннан кейін нақтылаушы ақпарат ұсыну. Нақты айтқанда мәселенің шешуін жалпы түрде айту, ал оқушылар оларды өз еріктерімен тереңіненмәнін аша түседі.

2. *Мәселе туралы ақпаратты мұқият зерттеу* және оны қайта құрылымдау. Проблематизациялау бұл жерде фундаменталды зерттеуге жақын келеді. Мұнда тыңдаушылар дербес жұмыс атқарады: білімдерін жаңартады, олар қажет және қолайлы деп таныған белгілі мәліметтерді салыстырады және орнықтырады, ақпарат көлемін шектейді.

3. *Мүмкін болатын шешімдерді іздеу.* Оқушылар құрғақ күйдегі материал қалдықтарын жинап алады және базалық сипаттарын табады, логикалық байланыстарын құрады (белгілі процестің немесе құбылыстың пайда болу шарттарын тексереді, мәселені шешу бойынша гипотезалар жасайды, қолжетімді тәсілдермен тексереді).

4. *Нәтижеге ие болу және бағалау.* Әр гипотезаны талдау кезінде нәтижелерді салыстыру керек. Қорытындысында оқулықта ұсынылған идеялармен салыстырылатын неғұрлым қолайлы шешім таңдалады.

Бұл әдіс оқушының белгілі ішкі позициясын құру кезінде өте пайдалы:

а) оқушының барлық аспектілері пайдаланылады (ақыл, еріктік сапалары, эмоциялар), зейін және талпыныс іске қосылады.

ә) өзінің жеке көзқарасын құру кезінде дербестік және батылдық насихатталады.

б) қызметтің белсенді стилі рухында тәрбиеленеді.

в) танымдыққа мотивациялайды және осы процестің тұрақтылығына ықпал етеді.

Қызығушылық – күнделікті өмірге қатысты мәселелер немесе сұрақтар оқушының қызуғушылығын тез тудыратыны тәжірибеден көрініп байқалды. Бірақ проблематизациялау стратегиясы әмбебап емес. Проблематизациялау әдісін талқылау әдісімен, кейстерді талдау, мәтінді оқу және талдаудан өткізу, туындату арқылы оқыту және т.б әдістерімен қатар қолдануға болады.

Бұл оқулық өзінің табиғаты бойынша өзгеше және краудсорсингті пайдалану арқылы өңделу форматынан бастап (қоғамның әлеуеттігін пайдалану), оқыту мазмұнына дейін енген және оқулықтың өзгешілігі оның барлық түрінде сақталған.

Кәсіпкерлік академиялық тұрғыдан емес, әрекет ету арқылы үйретуге бағытталған. Сондықтан оқулықтағы теориялық материалдың үлесі жалпы көлемнің 30%, ал, қалған бөлігі практикалық тапсырмалар, тақырыптық ойындар және т. б. құрайды

Оқу бағдарламасында коучинг әдісі қолданылады, ол оқушыларға үлкендердің кәсіпкерлік пен бизнестің дұрыстығы немесе қателігі, өзектілігі немесе немқұрайлылығы туралы субъективті, авторлық пікірін күштеп игеруді емес, керісінше оқушының пәннің мәнін түсінуін және оған жеке көзқарастың қалыптасуына байланысты өз таңдауы арқылы психологиялық жауапкершілікті қабылдауды қамтиды.

Кәсіпкерлікті экономикалық құбылыс ретінде ғана емес, сонымен қатар жеке тұлғаның құзыреттілігі ретінде қарастыратындықтан, тренингтік оқыту форматын да қолданылды. Ол дағдыларды игерудің жоғары интерактивтілігін қамтамасыз ету мақсатында біріктірілген, бұл пәннің негізгі мақсаттарымен қатар мамандандырылған білімді қолдану дағдыларын (hardskills) алуға, сонымен қатар оқушыларға көрінбейтін, тиімді тұлғаның әлеуметтік дағдыларын (softskills) қалыптастыруға мүмкіндік береді. Бұл жасөспірімдерді өмірге дайындайды және қоғамда жоғары нәтижелерге қол жеткізуге жақындатады (мақсатты дұрыс қою, идеяларды қалыптастыру, идеяны тыңдаушыға жеткізу, тиімді командалар құру және т.б.). Сонымен қатар, мектеп бітірген кезде жасөспірім қалаған қызмет саласын нақты түсініп, мамандықты саналы түрде таңдайды деп болжам жасауға болады.

Геймификация принципін (ойын техникасы) кеңінен қолдану материалды қабылдауды жеңілдетуге ғана емес, сонымен қатар кейінгі өмірде нақты жағдайларды масштабтауға болатын белгілі бір пайдалы бастапқы дағдыларды дамытуға бағытталған.

Кейс (жағдаяттық) оқыту әдісі де процеске біріктірілген, өйткені ол плюрализмге (көптеген пікірлер), шығармашылықтың көрінісіне, сол жағдайға бейстандарттық көзқарастарға нақты мүмкіндік береді.

Сонымен, «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні бағдарламасын оқытуда жаңартылған білім берудің заманауи оқыту әдістерін кеңінен пайдаланған жағдайда ғана жоғары жетістікке жетуге болады. Әдістемелік ұсынымдаманың екінші бөлімінде «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні бойынша оқытудың жаңартылған әдіс-тәсілдері мен формаларын қарастыратын боламыз.

1.2. Шетелдік мектептерде кәсіпкерлік негіздеріне оқытудың ерекшеліктері

Қазіргі уақытта жастардың іскерлік белсенділігін қалыптастыру мәселесіне шет елдерде де айтарлықтай көңіл бөлінуде. Көбінесе дамыған елдерде, атап айтқанда АҚШ, Англия және Франция елдерінде мұғалімдер мен кәсіпкерлер мектеп тәрбиесінің потенциал мүмкіндіктері, оны шешу мәселелері әлі де қолданылмай келеді деген пікірде. [6]

Қазіргі заманғы жағдайда көптеген кәсіпкерлер қызметкерлерден аналитикалық және жүйелі ойлау, бастамашылдық және коммуникативтілік, жауапкершілік пен шешім қабылдай алу дағдыларының болуын талап етеді. Мұндай қасиеттерді мектеп деңгейінен бастап қалыптастыру керек. Алайда мектепте кадрларды даярлау мәселесіне талап етілмей, тек оқу жетістіктеріне назар аударуға басымдық танытылады.

Бүгінгі таңда мектеп алдында тұрған міндеттерге тек оқыту ғана емес, сонымен бірге жеке тұлғаны қалыптастыру, мамандыққа бағдарлау, жылдам өзгеретін қазіргі қоғамда жұмыс істей алатын, қоғамдық өмірге дайындық енуі керек. Мектептің оқу жоспарлары және оларды жүзеге асыру формалары тым академиялық болмауы да мүмкін және ол нақты өмірмен байланысты болуы керек. Әрине, шетел мектептерінде дамыған оқытудың жеке бағыттары мен кәсіпкерлікке деген көзқарастар отандық жалпы білім беретін мектептер үшін де қызығушылық тудырады.

АҚШ-тағы білім беру үшін «Мансапқа бағытталған білім беру» (Career Education) тұжырымдамасы жетекші болып табылады. Бұл тұжырымдама жалпы білім беретін мектептегі барлық оқу курстарының мазмұнын кешендік принципінә сәйкес ұйымдастыруды қарастырады және оқушыларды ауқымды, жалпы еңбекке және политехникалық дайындығына көшуді бейнелейді.

«Мансапқа бағытталған білім беру» бағдарламасының негізінде кәсіпорындар мен мекемелердің заманауи қызметкерлеріне қажетті кәсіби білім, іскерлік, дағдылар мен жеке қасиеттерді бірізділікпен қалыптастыру жатыр. Жаңа жұмыс жағдайларында өз бетінше білім алу және бейімделу дағдыларын қалыптастыратын педагогикалық технологияларға басты рөл беріледі.

Өткен ғасырдың 90-жылдарында АҚШ-та мектеп пен өндіріс арасында байланыс орнату туралы мәселе көтерілді. Мектеп шынайы өмірде жергілікті қауымдастықпен байланысқа түсе отырып, оқушыларға мамандық таңдаумен байланысты дайындықты жүзеге асыруға мақсатты түрде көбірек назар аудара бастады. «Junior Achievement» коммерциялық емес корпорациясы АҚШ оқушыларын кәсіпкерлікке даярлау бағдарламасын (Business Education) әзірледі және оны жүзеге асырудың мақсаты жастарды еркін бизнеске үйрету болып табылды. Ұлттық өңірлік орталықтар жүйесі арқылы АҚШ-та жалпы білім беру мекемелерінің 4 млн-нан астам оқушысы «Junior Achievement» бағдарламасына қатысады. Басқа әлемнің 112 елдерінде бұл бағдарламаға қатысушылар саны 2

млн адамнан асады. Ал, Ресей оқушылары бұл бағдарламаға 1991 жылдан бері қатысып келеді.

«Junior Achievement» бағдарламасы әрбір оқушының еркін кәсіпкерлік жүйесін, сондай-ақ кәсіпкерлік қызметтің практикалық дағдыларын түбегейлі түсінуіне жағдай жасайды. Бағдарлама мазмұнын кәсіпкерлікті мектеп қабырғасынан бастап, оқушылардың бойына сіңіре отырып, мектеп бітіргеннен кейін де оларды кәсіпорын қызметкері бола алуға, еңбек нарығындағы бәсекелестікке төтеп бере алуға және кәсіпкер бола алуға мүмкіндік береді.

АҚШ-та «Junior Achievement» бағдарламасын жүзеге асыру мақсатында оқу сыныптарына баратын және оқу материалын бизнес жүргізуді өз өмірінің мысалдарымен байланыстыратын 76 мыңнан астам еріктілер көмектесетінін атап өтуге болады. Еріктілер құрамына кәсіпорын мамандары, кәсіпкерлер, ата-аналар, жоғары сынып оқушылары, университет студенттері мен зейнеткерлер енеді. Бұл ретте олардың жұмыс істеу уақыты айына 10 сағаттан аспайды. Бұл «Junior Achievement» білім беру жүйесінің маңызды ресурстарының бірі болып табылады. Бұл бағдарламаның маңыздылығын қоғам бағалады, оны ұлттық «Junior Achievement Incorporated» штаб-пәтердің көптеген демеушілері растайды (200-ден астам АҚШ корпорациялары, соның ішінде түрлі қайырымдылық, инвестициялық қорлар және азаматтардың жеке қайырмалдықтары). [7]

Американдық «Formative Evaluation» қауымдастығы жүргізген білім беру саласындағы зерттеулер «Junior Achievement» бағдарламасының түлектері кәсіпкерлікті ұйымдастыру принциптерін әлдеқайда көп түсінетіндігін және өз құрдастарына қарағанда кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыруға айтарлықтай дайын екендігін көрсетеді.

АҚШ-тың жоғары сынып оқушылары үшін «Junior Achievement» бағдарламасы ең бірінші және негізгі (Student Company) мектеп компаниясы болып табылады. Мектеп компаниясының арқасында жыл сайын миллионнан астам оқушы бизнес жүргізу және жеке қаржылық есепті жүзеге асыру ережелерін зерделейді. Оқушылар несие картасын пайдалануды үйренеді, жарнама және коммерциялық қызмет дағдыларын игереді, шағын кәсіпорынды басқаруды меңгереді. Мектеп компаниясы оқушыларға кәсіпкердің жеке қасиеттерін, оның ішінде кәсіпкерлік, қарым-қатынас, тәуелсіздік пен жауапкершілікті қалыптастыруға ықпал етеді. «Менің бизнесімді бастау үшін не қажет?», «Мен қор биржасына қаражатты қалай сәтті инвестициялай аламын?», «Бүгінгі кәсіпкерлердің жеке тұлғалық қандай қасиеттерін басты деп санайды?» т.б осындай сұрақтарға жас табысты инвесторлар мен кәсіпкерлер жауап іздейді.

«Young Money Magazine» жастар журналының басылымы АҚШ-тағы мектеп компанияларының дамуына және жастардың кәсіпкерлік көзқарастарының қалыптасуына ықпал етеді. Журнал редакторы Т. Ромердің пікірінше, «Біз, білім беру қызметі нарығында бүгінгі жастар үшін аса маңызды материалдарды жеткізу үшін жағдай жасаймыз. Кәсіпкерлік білімге деген қызығушылық деңгейінің жоғары өсуіне байланысты бүгінде жастардың

көпшілігі ақшаны басқару саласында әлдеқайда білімді. Жасөспірімдер ақша табу, инвестициялау және ақша жұмсау тұрғысынан не істеу керектігін білгісі келеді. Мектеп компанияларының негізгі мақсаттарының бірі – жастардың экономикалық өмірге деген қабілеттерін қалыптастыру». «Junior Achievement» компаниясының жетекші американдық фирмалармен ынтымақтастығы маңызды болып табылады.

«Ackerley Group» корпорациясының «Junior Achievement» қаржыландырудағы серіктестігі жастардың бизнес-білім беру ұлттық идеясы мен корпорацияның өзінің жарнамалық науқанын үйлестірудің үлгісі болып табылады. Жарнамалық науқан жастардың көп бөлігі мектеп компаниясына қатыса алатындай, бизнес әлемінен қосымша еріктілерді жалдау үшін жасалады. «Junior Achievement» бағдарламалары үшін еріктілерді іріктеу бойынша жарнама телевизиялық арналар арқылы және «Ackerley Group» радиостанцияларының көмегімен жүргізіледі, сондай-ақ бүкіл ел бойынша 10 млн. адамнан асатын аудиторияға жететін жарнамалық тақтада жарияланады. «Ackerley» корпорациясының қызметкерлері бағдарламаға мектеп компанияларының бизнес-консультанттары ретінде қатысады. Мұндай рөл оларға маркетинг, жарнама, өндіріс саласындағы кәсіби білімдерін таратуға, сондай-ақ қоғамның әрбір азаматының ел экономикасындағы рөлін нақтылауға мүмкіндік береді. Компания өз мамандарының оқушылармен жұмыс істеген уақытын төлейді (аптасына бір сағат). «Ackerley Group» төрт ірі астаналық нарықтарда және Америка Құрама Штаттарының 70-тен астам әуежайларында сыртқы жарнаманы жүзеге асыратын 18 тәуелсіз компанияны қамтиды. Корпорацияның жарнамасын тоғыз теледидар станциясы таратуды жүргізеді. «Junior Achievement» бағдарламаларын ілгерілету және мектеп компанияларын дамыту баскетбол бойынша жарыстарда да жүзеге асырылады. 1997 жылдан бастап Ұлттық баскетбол қауымдастығының (ҰБК) мүшесі бола отырып, «Ackerley Group» «Junior Achievement Inc.» демеушілік түсімдерді (орта есеппен оның жылдық жалпы түсімдерінің 6% - ға дейін) қамтамасыз етеді.

1999 жылдан бастап «Hewlett-Packard» корпорациясы «Junior Achievement International» компаниясымен бірлесіп мектеп компанияларының қатысушылары үшін әлемнің 80-нен астам елінен 1 мыңнан астам мектеп оқушыларының командалары арасында кәсіпкерлік қызмет бойынша компьютерлік модельдеудің халықаралық турнирін ұйымдастырады. Гарвард университетінің ғалымдары жасаған бағдарламалық жасақтаманы, интернетті және электрондық поштаны қолдана отырып, оқушылар қай команда ең тиімді бизнес ұсынатындығы бойынша жарысады.

«Microsoft» корпорациясы және оның іскерлік серіктестері 5 мыңға жуық оқушының тәлімгерлері болып табылады. Корпорацияның жұмыс орындарына баратын мектеп оқушылары «Бизнестің шынайы әлемін» білуге мүмкіндік алады. Олар желілік менеджердің, цифрлық ақпарат тасымалдаушымен диалог бойынша маманның, бағдарламалық жасақтама жасаушының, ақпараттық жүйе әкімшілігінің, техникалық редактордың, бухгалтердің, сату бөлімі менеджерінің және жарнама қызметі қызметкерінің жұмыс орындарымен

танысады. «Microsoft» компаниясының «Мансап күні» бағдарламасына қатысуы электрондық өнеркәсіптегі және телекоммуникациялық компаниялардағы жұмыс күшінің жетіспеушілігін жоюға бағытталған «Қабілет» корпорациясы бағдарламасының бір бөлігі болып табылады. «Қабілет» бағдарламасы білім алуға және жасөспірімдердің, әртүрлі білім деңгейлері мен қабілеттері бар адамдардың болашақ мансап мүмкіндіктерін кеңейту мақсатына бағытталған.

Бұл бастамаға «Microsoft» корпорациясының қатысуы жастардың кәсіпкерлікке шынайы дайындығын қалыптастыруды қамтамасыз ететін компанияның қоғамдық міндеттемесін айқындайды. Осындай қызметпен компания өзінің «Жоғары технологиялық өнеркәсіпке білікті қызметкерлер қажет» ұранын жүзеге асырады.

Корпорация бүгінде 346 мың қызметкерді біріктіретін, АҚШ коммуникациялық технологиялар ақпараттық қауымдастығының мүшесі болып табылады. АҚШ сауда департаментінің бағалауы бойынша, 2010 жылға қарай елдің компьютерлік және телекоммуникациялық компанияларына жаңа жұмыс орындары үшін 1,3 млн жұмысшы қажет болды. Өсіп келе жатқан бұл өндіріс Microsoft немесе оның серіктес компанияларында оқушылардың болашақ мансабы үшін мүмкіндіктері зор.

Жапониядағы кәсіпкерлік білімнің ерекшелігі – кәсіпкерлер мен мектеп арасында ерекше қарым-қатынаста қалыптасқан. Жапон индустриясының үлкен жетістіктері мектеппен тығыз байланысты. Бірақ бұл байланыс соншалықты қарапайым емес. Еуропа елдерінен айырмашылығы, Жапондықтар өз бағытымен жүрді. Еңбек немесе кәсіби дайындыққа қосымша сағаттарды енгізу емес, жалпы білім беру, жоғары оқу деңгейі, жеке тұлғаны дамыту, еңбек әдетін тәрбиелеу – бұл оқушыларды кәсіби еңбек әлеміне еруге дайындаудың негізі болып табылды. Жапон мектептері үшін кең академиялық мазмұндық ерекшелік тән. Мұндай тәсіл экономикалық табыстармен және жұмыссыздықтың төмен деңгейімен түсіндіріледі және бұл жастардың жұмыспен қамтылуының бәсеңдеуін туғызуы мүмкін.

Ірі фирмалар мен мемлекеттік сектордағы өмір бойы жалдау жүйесі кәсіпкерлердің дайын білім мен дағдыларға қарағанда даму әлеуетіне көбірек қызығушылық танытатынын көрсетеді. Бірақ соған қарамастан Жапонияның көптеген жекеменшік мектептерінде оқушыларды бизнес негіздері мен кәсіпкерлік практикасы туралы білімге оқытудың білім беру бағдарламалары енгізілуде. Мектеп басшылары мұндай жаңашылдықтарды балалар мен олардың ата-аналарының үлкен қызығушылығымен түсіндіреді.

90-жылдардың басынан бастап Жапония экономикасындағы ұзақ тоқырау және көптеген дәстүрлі жапондық тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін жоғалту объективті фактор болып табылады.

Ұлыбританияда кәсіпкерлік білім оқушыларды мектеп дайындығының маңызды құрамдас бөлігі ретінде қарастырылады. Қазіргі уақытта экономиканың дербес курсы ретінде Ұлыбритания мектептерінің 21% – ы (1995 жылы-10-нан 12% - ға дейін) оқытылады. Мұғалімдердің пікірінше, қазіргі

қоғамның экономикалық аспектілерін түсіну кез-келген жастағы оқушыларға қол жетімді. Алайда, осы саладағы жүйелі жұмысқа тиісті оқу материалдарының жетіспеушілігі және мұғалімдердің жеткіліксіз дайындығы кедергі келтіруде.

Ұлыбритания мектептеріндегі маңызды бағыттардың бірі – жалпы білім берудегі практикалық цикл пәндеріне көбірек көңіл бөлу болып табылады. Бұған көбінесе Британдық педагогикалық әдебиеттерде бүгінгі күннің экономикалық талаптары және барлық жасөспірімдерді жоғары технологиялық қоғамдағы өмірге дайындау қажеттілігі әсер етеді. Бұл процесс британдық мектептердің оқу жоспарларын зерттеуде айқын көрінеді, онда көптеген практикалық курстарды табуға болады, мысалы, «Инженерлік теория және практика», «Көлік қозғалыстарын зерттеу», «Фотография», «Кино түсіру», «Сауда», «Бизнес», «Машина жасау», «Стенография».

Нарықтық экономика жағдайлары оқушылардың өмір мен еңбекке кең және жан-жақты дайындығын талап етеді. 1988 жылы Ұлыбритания мектептерінде білім беруді реформалаудың бір бағыты – еңбек циклі пәндерінің мазмұнын өзгерту және «Қолөнер, дизайн, технология» курсына басқа – «Технология» курсына ауыстыру болды. Бұл бұрын өндіріс саласындағы технологиялық процесс ретінде тар мағынада ғана қолданылған «Технология» ұғымына эволюциялық көзқарасты көрсетеді. Ал, қазір технология кең мағынада материалдық әлемге әсер ету әдістерінің жиынтығын және оны өзгерту құралын білдіретін жалпы мәдениеттің бір бөлігі болып табылады.

Ұлыбритания оқушыларының технологиялық дайындығын оқытуда белсенді тәсілді қолдануға:

- сабақтарда жобаларды әзірлеу және орындау арқылы, оқушыларға проблемаларды іздеуге, адамдардың мүдделері мен қажеттіліктерін зерделеуге және бірнеше шешімнің ең жақсы нұсқасын табуға;
- тауарлар мен қызметтерді өндіру және сату жөніндегі шағын кәсіпорындарды ұйымдастыруға;
- кәсіпорындарда тікелей жұмыс тәжірибесін алу арқылы үйретудің маңызды ұмтылысы байқалады.

Оқушылардың өздері құрған шағын кәсіпорындарға ерекше көңіл бөлінеді. Олар оқушыларды бизнес және коммерция әлеміне еруге дайындайды, практикалық дағдылар мен жеке қасиеттердің кең спектрін дамытуды қамтамасыз етеді, бастама мен шығармашылықты көтермелейді, оқушыларды өздерін жұмыспен өз бетінше қамтамасыз ету мүмкіндігіне сендіреді, кәсіби бағдарлауға көмектеседі.

Практикада кәсіпкерлік білім берудің екі мақсаты қолданылады:

1. Кәсіпкердің жеке қасиеттерін мақсатты қалыптастыру (кәсіпкерлік, бастамашылық, тәуелсіздік, шығармашылық, қарым-қатынас дағдылары, тәуекелге бару мүмкіндігі және т.б.).
2. Шағын кәсіпорын жобасын ұйымдастыру және жүзеге асыру дағдыларын қалыптастыру.

Оқушының жеке тұлғалық қасиеттерінің даму процестерін анықтау үшін, сондай-ақ кәсіпорындарды ұйымдастыру саласындағы білімді, дағдыларды игеру үшін алғаш рет «Кәсіпкерлік білім» терминін ұсынылды.

Ұлыбритания мектептерінде мектептің оқу жоспарларына кәсіпкерлік білім беруді енгізудің төрт моделі әзірленді:

- іс-әрекеттік модель;
- кәсіпкерлік пән ретінде;
- модульдік тәсіл;
- жалпы мектептік тәсіл.

Оқушыларды мектептің үшінші және төртінші білім беру сатысында оқыту үшін оқу процесінің шеңберінде шағын кәсіпорындар ұйымдастыруды міндетті түрде пайдалану ұсынылады. Британдық педагогтардың пікірінше, кәсіпкерлік білім беруді жүзеге асыру үшін оқытуға деген көзқарасты, соның ішінде мынадай ұстанымдар бойынша өзгерту қажет:

- мұғалім – жолдас, көмекші, бірақ сарапшы емес;
- оқушының рөлі тек қабылдау, пассивті емес, белсенді,

генеративті;

- оқушылар арасындағы қарым-қатынас үшін бәсекелестік емес, ынтымақтастық рухы тән;

- іс-әрекет жалғыз емес, шағын топтарда жүзеге асырылады;
- зейін мазмұнға емес (не білу керек), процеске (қалай білу

керек) аударылады;

- сабақтар икемді болуы керек, тақырыптар мәжбүрленбей талқылау

арқылы таңдалады;

- әлемге күмәнданатын көзқарасты қалыптастыру қажет («бұл дұрыс, ал, бұл дұрыс емес» ұстанымы тиімсіз);

- оқушыларға теорияны тәжірибеге енгізу мақсатында іс-әрекет еркіндігі беріледі.

Ұлыбританияның ұлттық оқу жоспарын оқыту тәсілдерін қайта құруға мүмкіндік бере отырып, кәсіпкерлік білімнің дамуына ықпал ететіні сөзсіз. Ол оқу орындарының мұндай іс-әрекетінің мемлекет тарапынан саналы маңыздылығын көрсетеді.

Мемлекеттік деңгейде мектептің шағын кәсіпорындарын қаржыландыру жүйесі әзірленді. Бірінші кезеңде Ұлттық Банк шағын кәсіпорын ашқысы келетін әр мектепке (әдебиеттер мен оқу материалдарын сатып алу үшін) 40 фунт стерлинг мөлшерінде ақысыз субсидия бөледі. Бұл мұғалімдерге шағын кәсіпкерліктің не екенін түсінуге және нақты жобаны таңдауға мүмкіндік береді. Содан кейін субсидия алуға болады, ол үшін өтінімді толтырып, оны банктің жақын филиалына жіберу керек. Екінші кезеңде сол банк мектептегі әрбір шағын бизнеске бастапқы капитал ретінде аз пайызбен 50 фунт стерлинг несие береді. Алдын ала банк өкілі мұғаліммен және оқушылармен шағын кәсіпорынның нақты бизнес-жобасын талқылайды, шот ашуға, салық төлеуге байланысты барлық процедураларды жариялайды. Бұл шынайылыққа әкеледі және оқушылардың іс-әрекетінің практикалық маңыздылығын арттырады.

Өзінің шағын кәсіпорнын ұйымдастыру алдында мұғалімдер мен оқушылар тиісті дайындықтан өтеді.

Білім беру контекстіндегі кәсіпкерлік қызмет оқушыларға икемді, өзіне сенімді, тәуелсіз болуға, шешім қабылдауға, жоспарлауға, бизнеске шығармашылық тұрғыдан қарауға, мәселелерді шешуге, жағдайды басқаруға, серіктестермен өзара әрекеттесуге, әлеуметтік дағдыларға ие болуға, бизнес туралы ақпарат, өзін жақсы білу және басқаруды үйренуге көмектеседі.

Оқушыларды кәсіпкерліктің түрлерімен таныстыру үшін мектептердің оқу жоспарларына нақты, шынайы кәсіпкерлік іс-әрекетке немесе оны модельдеуге негізделген түрлі оқу курстары енгізілген.

Ұлыбритания мектептерінің іс-әрекетін талдау барысында кәсіпкерлік даярлық оқу-тәрбие процесінің бір бөлігіне айналғанын, ал мемлекеттік деңгейде ол жастарды нарықтық қатынас жағдайында өмір мен қызметке даярлау жүйесінің міндетті элементі болып табылатынын куәландырады.

Франциядағы кәсіпкерлік білім. Барлық дамыған елдердегідей, Францияда да мектепке ұлттың болашағы, ұлттық экономиканың кадрлары қалыптасатын әлеуметтік институт ретінде көзқарас кең таралған. Франция мектептеріндегі білім беруді модернизациялау жолдарын анықтау, әлемдік нарықтағы бәсекелестіктің күшеюі жағдайында ғылыми-техникалық революция мен жаһанданудың әсері орын алады.

Білім беру сапасын, оның ішінде мектеп оқушыларын кәсіпкерлік даярлауды елеулі түрде арттыру қажеттілігі мемлекеттік органдардың шешімдерінде, ғалымдардың еңбектерінен, Француз жұртшылығының пікірлерінен байқалады. Бұл ретте бүгінгі білім беру экономиканың, техниканың, қоғамдық қатынастардың қазіргі заманғы даму кезеңін көрсетіп қана қоймай, сондай-ақ ХХІ ғасырдағы елдің ғылыми-техникалық дамуының перспективалық деңгейіне сәйкес келуі тиіс екендігін де көрсетеді.

Барлық оқушыларға сапалы экономикалық білім беру қажеттілігі 1985 жылы Францияда қабылданған «Болашақ білім» үкіметтік бағдарламасында атап өтілген. Францияда бастауыш мектеп жасынан бастап балаларды мақсатты түрде қазіргі өндіріс пен негізгі мамандықтар туралы жалпы түсінік беріліп, экономикалық білімнің негіздерімен таныстыра бастайды.

Еңбек тағылымдамасы процесінде бағдарлама мен оны өткізу орнын ата-аналармен келісе отырып, француз оқушылары ақшалай сыйақы алады, осылайша отбасына табыс әкеледі. Мамандарды сапалы дайындауда орта мектеп оқушыларын кәсіпкерлікке баулу процесінде тікелей мүдделі компаниялар мен кәсіпорындар белсенді қатысады. Лицейдің екінші сыныбынан бастап (орта мектепте оқудың оныншы жылы) оқушылар әлеуметтік-экономикалық сипаты айқын топта оқуды тандай алады.

Францияда айқын белгіленген педагогикалық мәнге ие болған кооперативті қозғалыс үлкен қызығушылық тудырды. Ауылшаруашылық, табиғатты қорғау немесе басқа бағыттағы кооперативтер балаларды қызығушылықтары бойынша біріктіріледі.

Франциядағы қазіргі кооперативтік қозғалыс ХХ ғасырдың 20-жылдарында «Жаңа тәрбиемен» айналысқан С. Френэнің идеяларының жалғасы болып табылады. С. Френэнің пікірінше, оқушыларды жемісті тәрбиелеу оқытудың жаңа материалдық құралдарын кеңінен қолдану арқылы ғана мүмкін. Ол өз мектебінде осы жаңа құралдардың ішінде бірінші орынға баспахананы қойды. Осы уақытқа дейін Френэ әдісімен жұмыс істейтін баспа машинасы Франция мектептерінің ажырамас бөлігі болып табылады.

С. Френэ дәстүрлі мектепте практикалық кәсіпкерлік дайындыққа қаншалықты аз көңіл бөлетініне таң қалып, сынға алады. Френэнің пікірінше, математиканы оқытуда теорияны азайтып, есептеудің практикалық дағдыларын дамыту уақытын көбейту керек дейді, яғни балаға өмірде тікелей пайдалы болатын нәрсе, мысалы, бюджетті құру, сатушымен немесе сатып алушымен есептеу және т.б.

С.Френэ әдісі бойынша жұмыс істейтін мектепте «Мектеп кооперативі» құрылып, оның мүшелері барлық оқушылар болып саналады. Кооперативте бірнеше оқушы мен мұғалім құрамынан тұратын Кеңес құрылған.

Кооперативтің бақылауында мектептің барлық шаруашылық қызметі, оқушылардың өзіне-өзі қызмет көрсету жұмысы енеді. Сонымен қатар кооператив тәртіптік ұйым болып та табылады: ол мектептегі әртүрлі тәртіп бұзушылықтардың жағдайларын қарастырады, оқушылар арасындағы қақтығыстарды талдайды, кооператив мүшелерін көтермелеу және жазалау мәселелерін шешеді. Кеңес құрамы жыл сайын өзгеріп отырады, мектеп кооперативінің құрылымы жалпы өте демократиялық және өзін-өзі басқару қағидаттарына негізделген, яғни бұл балаларды кәсіпкерлікке, тиімділікке, тәуелсіздікке, жауапкершілікке тәрбиелеуге көмектеседі.

С. Френэнің идеялары әлі күнге дейін мектеп біліміне айтарлықтай әсер етуде. Қазір бұл «Сынып – кооператив» қағидаты бойынша өз қызметін жүзеге асыратын мектеп кооперациясының тұтас педагогикалық қозғалысы.

1928 жылы Францияда мектеп кооперативтерінің ұлттық бюросы (OSCE) құрылды, мектеп кооперативіне енгендер бүгінгі күнде әлі де бірқатар жеңілдіктер алады. Өткен ғасырдың 80-ші жылдары Францияда және Еуропаның кейбір елдерінде жалпы білім беру, кәсіптік – еңбекке оқыту және кәсіптік бағдарлау процесінде кәсіпкерлік қызметке қарқынды дайындық бағдарламасы болып табылатын «Мансапқа дайындық мақсатында білім беру» тұжырымдамасы әзірленді. Мұндай бағдарлама мектеп пен өндіріс арасындағы алшақтықты жою, мектеп экономиканың кәсіпкерлік секторымен сенімді байланысын орнату үшін жасалды.

Еуропаның басқа елдеріндегі кәсіпкерлік білім беру.

Оқушыларды экономика және кәсіпкерлік негіздеріне оқыту бағдарламалары Еуропаның басқа елдерінде де кең таралған.

2000 жылдан бастап Еуропа Кеңесінің қолдауымен жыл сайын 30-дан астам қоғамдастық елдерінің, соның ішінде Ресей, Латвия, Эстония және Украинаның оқушылар кәсіпорындарының атынан мектеп және оқушылар компанияларының жалпы еуропалық жәрмеңкелері өткізіледі. Жәрмеңке

кезінде мектеп оқушылары өз тауарларын таратумен қатар, өздерінің білім беру жүйелерінің жетістіктерін де көрсетеді. Оқушылар кәсіпорындарының жәрмеңкелері Еуропаның әртүрлі елдерінде жыл бойы бірнеше рет өткізіледі. Бұл «Еуропаның жас кәсіпкерлер қауымдастығы» мемлекетаралық қозғалысының кеңдігін көрсетеді. [8]

Сонымен қатар Еуропаның солтүстік елдеріндегі, оның ішінде Норвегиядағы заманауи жалпы білім беру қызығушылық тудырып, онда бастауыш мектепте математика, ана тілі және ағылшын, сурет, музыка тілі пәндері және үй экономикасы пән ретінде міндетті пәндер тізіміне енген. Оқу процесі оқушылар белгілі бір шешімдерді бірлесіп шешуді, бағалауды үйренетіндей ұйымдастырылған. Әр оқушы мұғаліммен бірге бір аптаға үй және мектеп жұмысының жеке жоспарын жасайды.

1-ші сыныптан 7-ші сыныпқа дейін мектептерде дәстүрлі бағалар жоқ, бірақ «топтық жұмыс», «талқылау», «шешім қабылдау» сияқты бағалаулар болады. Ал, 8-сыныпта жаңа пәндер пайда болады – экономика, экология, бухгалтерлік есеп, сондай-ақ кәсіби бағдар беруді көздейтін пәндер. Мұнда басты мақсат – өз қабілеттеріне оптимистік баға қалыптастыру. 16 жастан бастап норвегиялықтар орта мектепке барып, онда үш жыл оқиды. Көптеген жоғары оқу орындарында екі бөлім: академиялық және кәсіби шеберлік бөлім қызмет атқарады. Академиялық бөлімде математика, физика, әдебиет, география және басқа да жалпы білім беретін пәндер, соның ішінде экономика оқытылады.

Жыл сайын оқушы өзін қызықтыратын пәндерге көбірек уақыт бөлуге мүмкіндік алады. Норвегияның емтихан хатшылығы таңдаған оқушылар ғана емтихан тапсырады. Оқушылар емтихан тапсыратын информатика, экономика, математика және ағылшын тілі пәндері үнемі тұрақты тізімге енген.

Мектептерінде кәсіби шеберхана бөлімдері өте танымал, өйткені олардың түлектері әрқашан жоғары жалақы алатын жұмысқа ие болады. Мұнда екі жыл бойы оқушылар слесарь, ағаш ұстасы және құрылыс ісін оқып, оқытушылардың жетекшілігімен бүкіл өндірістік процесті меңгереді, содан кейін тағы екі жыл кәсіпорындарда тәжірибеден өтеді. Осыдан кейін жастар кәсіби біліктілік берілген мектеп дипломын алады. Мектепті бітіргеннен кейін жастар колледжде немесе университетте оқуын жалғастыра алады, бір жыл халықтық мектепте оқи алады. «Жоғары Халық мектебі» - Данияда 150 жыл бұрын пайда болған. Содан кейін олар Скандинавияға таралды, қазіргі уақытта олардың саны 400-ге жуық. Норвегияда қалада және мен қала сыртында 82 «Халық мектебі» орналасқан. Әр мектептің өз мамандануы бар, мысалы, спорт, туризм, шет тілдері және фотография; музыка және сахна өнері; әлеуметтік ғылымдар, педагогика және журналистика. Халық мектебінің дипломы университетке түсу кезінде қосымша ұпайлар береді.

Халықтық мектептің міндеті – тек білім беру ғана емес, жеке тұлғаны қалыптастыру және мамандық таңдауға көмектесу. Бұл жерде қарым-қатынасқа, командада жұмыс істеуге, жобаларға, оқушылар мен мұғалімдер бірге қатысатын жорықтарға көп уақыт бөлінеді.

Сонымен, шет елдердегі кәсіпкерлік білім берудегі екі негізгі тәсілді бөліп көрсетуге болады:

- Жалпы білім беру процесінде кәсіпкерлік қызметке дайындық (қосымша сағаттар негізінде экономика мен кәсіпкерліктің дербес курстары есебінен мамандандырылған білім беруді енгізу арқылы).

- Оқушыларды болашақ кәсіби қызметке дайындаудың негізі ретінде жеке тұлғаны дамытуға бағытталған сапалы жалпы білім.

Кәсіпкерлікке оқытудың ресейлік бағдарламалары.

«Сен-кәсіпкерсің» мемлекеттік бағдарламасы бойынша оқыту. 2009 жылдан бастап Ресей Федерациясының «Росмолодежи» және экономикалық даму министрлігінің бірлескен күшімен Ресей Федерациясының аумағында «Сен – кәсіпкерсің» федералды бағдарламасы жүзеге асырылуда. Бағдарламаның мақсаты – Ресейдегі жастар кәсіпкерлігін дамыту. Мақсатты аудитория – бұл жоғары сынып оқушылары, жоғары оқу орындары мен техникалық мектептердің оқушылары, өз ісін ашқысы келетін бизнес идеясы бар жастар. Оқушылар мен студенттер үшін «Сен-кәсіпкерсің» федералды бағдарламасы аясында әр түрлі іс-шаралар өткізіледі. [9]

Мысалы:

«Шеңбер» бизнес-квест

«Шеңбер» бизнес-квесті – жоғарысынып оқушылары мен студенттерге арналған оқыту бағдарламасы. Қатысушылардың жалпы саны 60 адам, олар командаларға 15 адамнан бірігеді және 5 кезеңнен өтеді, олардың әрқайсысында белгілі бір тапсырмаларды орындайды. Тапсырмаларды орындау барысында командаларда көшбасшылар анықталынып, рөлдерге бөлінеді. Тапсырмалар оқушыларды әртүрлі кәсіпкерлік құзыреттіліктермен таныстыруға бағытталған және оқушылар үшін белгісіз бизнес салаларын – экономика, заңгерлік қамтамасыз ету, маркетинг және т.б. зерттеуге мүмкіндік береді, сондай-ақ шығармашылық тәсілді талап етеді, командалық жұмыс дағдыларын жаттықтырады.

Ойынның қорытынды бөлімі оқу бизнес жобасын әзірлеуді және оны аймақтағы кәсіпкерлікті қолдайтын жұмыс істеп жатқан кәсіпкерлер, сарапшылар мен билік құрылымдарының өкілдері алдында қорғауды көзделеді.

«Бизнес мандариндер» мектебі

«Бизнес мандариндері» ісін жаңа бастаған кәсіпкерлер мектебі – бұл орта кәсіптік оқу орындарының (техникумдардың) оқушыларына арналған Бизнес – білім берудің көп деңгейлі интерактивті бағдарламасы. Мектептің іс-шаралары кәсіпкерлік қызметке қабілеті мен қызығушылығы бар жастарды анықтауға бағытталған. Оқыту өзекті әдістемелер бойынша құрылған және кәсіпкерлік дағдыларды қалыптастыруға, нарықтық экономика мен бизнес-жобалау туралы жан-жақты білім алуға ықпал етеді. Бағдарлама сырттай және күндізгі кезеңдерді қамтиды.

1 кезең – қашықтан – генерация командалардағы бизнес-идеялар;

2 кезең – күндізгі – краш-тест идеялар;

3 кезең – оқыту 1-ші блок – командалық оқыту/идеяларды жетілдіру;

- 4 кезең – күндізгі курс – басқарушылық жекпе-жек;
- 5 кезең – оқыту 2-ші блок-маркетинг және жарнама;
- 6 кезең – күндізгі курс – компанияның жарнамасын қорғау;
- 7 кезең – оқыту 3-ші блок – бизнеске ақша есептеу;
- 8 кезең – финалдық байқау –идеяны инвесторға сату.

Жас кәсіпкер мектебі

Бұл-жастарды бизнес-ортаға одан әрі тарту, кәсіпкердің оң имиджін қалыптастыру мақсатында кәсіпкерлік қызметтің имиджін арттыруға бағытталған іс-шара. «Жас кәсіпкер мектебі» бағдарламасы жоғары сынып оқушылары үшін арнайы әзірленген. Қатысушыларды кәсіпкерлік қызметінің негізгі ұғымдарымен интерактив, проблемалық пікірталас және кәсіпкерлік әлемі бойынша жолсілтеме-дәптерде жеке жұмыс форматында таныстырады.

Сабақ барысында оқушыларға:

1. «Кәсіпкер», «Кәсіпкерлік», «Жеке бизнес» түсінігін қалыптастырады;
2. Бизнесі дамыту кезеңдерінің жалпы схемасы, бизнес-жоспар беріледі;
3. Бизнесінің ішкі жүйелері туралы жалпы түсінік беріледі (сату, қаржы, адамдар және т.б.);
4. Команданы дұрыс құру, қызметкерлермен қарым-қатынас орнату, ынталандыру жүйесін дамыту туралы айтылады.

Нәтижесінде: бағдарламаға қатысушылар бизнес-көшбасшы болу үшін не қажет екенін, жеке бизнесті қалай ұйымдастыру керек, мақсаттарды қалай дұрыс қою және оған қол жеткізу, қызмет бағытын таңдау үшін не қажет екенін түсіне алады, өз еліне кәсіпкерлік саласында қалай пайдалы болу керектігін үйренеді.

«Кәсіпкерлік бойынша олимпиада» қорытынды циклі

Олимпиадаға қатысу үшін облыс аудандарында жас кәсіпкер мектебінде оқыған немесе басқа да іс-шараларға қатысқан балалардан командалар құрылады. Әр ауданның командаларына сол ауданнан жоғары сынып оқушыларытағайындалып, жетекшілік етеді, оларға үй тапсырмасын орындау үшін әдістемелік құрал алдын ала жіберіледі.

Олимпиада бағдарламасына енді:

- үй тапсырмасы ретінде Бизнес-идеяның презентациясын ұсыну;
- 20 сұрақтан тұратын кәсіпкерлік бойынша жазбаша тест;
- нарықта бизнес-идеяларды ілгерілету бойынша шығармашылық тапсырма.

«Кәсіпкерлік бойынша олимпиада» іс-шарасының мақсаты:

- жас кәсіпкерлер санының өсуі үшін жағдай жасау, оқушылардың кәсіпкерлік ойлауын қалыптастыру арқылы олардың аймақтық экономикадағы қызметінің үлесін арттыру;
- оқушылардың шығармашылық қабілеттерін және кәсіпкерлік қызметке қызығушылығын, әртүрлі жағдайларда кәсіпкерлік мінез - құлық дағдыларын анықтау және дамыту, нарықтық экономика және бизнес-жобалау туралы жан-жақты білімді қалыптастыру;
- оқушылардың кәсіпкерлік құзыретін қалыптастыруға бағытталған жаңа

білім беру нысандары мен педагогикалық технологияларды дамыту ;

- кәсіпкерлік қызметке талпынатын белсенді жастарды анықтау және оларды көтермелеу;

- жастарды өз ісін ашуға және жүргізуге ынталандыру;

- қалыптасқан кәсіпкерлердің тәжірибесін жас ұрпаққа беру және олармен қарым-қатынасты ұйымдастыру;

- жастар кәсіпкерлігін қолдау үшін мемлекеттік органдар мен қоғамдық бірлестіктердің күш-жігерін біріктіру;

- жастар арасында кәсіпкерлік мәдениетті дамыту және ілгерілету.

Барлық іс-шаралардың басты ерекшелігі– бұл өзіндік ерекшелік. Әрбір білім беру бағдарламасы бірегей және таңдалған аудитория үшін арнайы әзірленген. Сонымен қатар, барлық іс-шаралар ойын түрінде өткізіледі, бұл алған білімді игеруді жеңілдетеді.

Бизнес идеясы бар оқушыларға арналған іс-шаралар.

Бизнес идеясы бар жастарға арналған іс-шаралар.

«Дайын бизнес» жас кәсіпкерлер мектебі. «Жас кәсіпкер мектебі» өз ісін ашқысы келетін жастарға (18-30 жас аралығындағы) бизнесті жаңадан бастауға мүмкіндік береді. Белсенді жұмыс істеген бір ай ішінде қатысушылардың әрқайсысы өміршең бизнес-жобаны әзірлеп қана қоймай, заңды тұлғаны ашуға сүйемелдеудің толық циклін ала алады. Осылайша, финалға жеткен қатысушылар «Дайын бизнес» ие болады.

Білім беру процесінде мектеп әр қатысушыны белсенді принципке қатысуға негіздейді:

- дәріс материалдары (күндізгі және онлайн трансляция);

- табысты бизнесмендермен-практиктермен жұмыс (күндізгі нысаны, zoom бағдарламасы, ватсапп чаттары, жеделхаттар);

- бизнес-коучинг (қарым-қатынас түрін таңдау маман үшін қалады, олар мүмкіндіктерді қамтамасыз етеді);

- білім кітапханалары (электронды нұсқа)

Осы жобаға қатысушылардың барлығы өз саласында табысты тәжірибелі мамандар болып табылады. Олар нарықта беделі бар жас кәсіпкерлермен тәжірибелері мен дағдыларын бөлісуге дайын жоғары білікті кәсіби мамандар.

2. «КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ» ПӘНІН ОҚЫТУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ФОРМАЛАРЫ МЕН ӘДІСТЕРІ

2.1 «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқытуда оқыту технологияларын қолдану

Әдістемелік ұсынымдамада «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқытуда кәсіпкерлік оқытудың жаңа тәсілдемелері, оқыту технологиялары, геймификация әдісі, STEM-білім беру, кейс-әдісі, TAMS әдісі, PBL – жобалық зерттеу әдістемерін оқу процесіне қолданудың ерекшеліктері нақты мысалдармен көрсетілген.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқытуда оқыту әдістерін қолданудан бұрын, оқу процесінде оқыту технологияларын қолдану ерекшелігін білу маңызды.

Оқыту технологиясы – берілген оқыту мақсаттарын жүзеге асыруға мүмкіндік беретін оқыту мен тәрбиелеудің теориялық процестерге негізделген құралдары мен әдістерінің жиынтығы.

Оқыту технологиясының қолданыстағы түрлері:

1. *Дәстүрлі (репродуктивті) технология.* Білім алушыға репродуктивтік сипаттағы атқарушылық функциялар рөлі беріледі. Мұғалімнің әрекеті түсіндірумен, көрсетумен, оқушылардың жетістігін бағалаумен және түзетумен байланысты.

2. *Дамыта оқыту технологиясы.* Даму процесі, атап айтқанда оқыту мен дамытудан кейін ақыл-ой дамуы жүреді. Оқушылардың ақыл-ой дамуын оқытудың тиімділігі есебінен жеделдетуге болады. Күрделіліктің жоғары деңгейінде жылдам қарқынмен оқыту принципі теориялық білімге жетекші рөл атқарады. Оқу іс-әрекетінің түрлі жағдайларында оқушылардың рефлексиясын ынталандыру.

3. *Ақыл-ой әрекеттерін кезең-кезеңмен қалыптастыру технологиясы.* Білім, білік және дағдыларды іс-әрекеттен тыс игеруге және сақтауға болмайды. Әрекеттерді қатесіз орындау үшін адам бұл жағдайда не болатынын, не болып жатқанын қандай аспектілерге назар аудару керек екенін білуі керек.

Меңгерудің алты кезеңі: мотивацияны актуализациялау, әрекет негізінің бағдарлы сызбасын білу, сыртқы материалдандырылған формада әрекеттерді орындау, сыртқы сөйлеу кезеңі, ішкі сөйлеу кезеңі, әрекеттің ішкі жоспарға ауысу кезеңдерін қамтиды.

4. *Ұжымдық өзара әрекеттесу технологиясы.* Ұйымдастырылған диалог, үйлесімді диалог, ұжымдық оқыту әдісі, ауыспалы құрамдағы оқушылардың жұмысы. Сабақ барысында әркім ақпараттың бір бөлігін пысықтайды, оны серіктесімен алмасады, ол өз кезегінде бірлескен оқу әрекеті үшін жаңа серіктес іздейді.

5. *Толық меңгеру технологиясы.* Технология оқушылар үшін білім, білік, дағдыларды меңгерудің бірыңғай белгіленген деңгейін анықтайды, бірақ әрбір оқушы үшін уақытты, әдістерді, нысандарды, еңбек жағдайларын ауыспалы

етеді. Танымдық іс-әрекеттің мақсаттары: білу, түсіну, қолдану, жалпылау, бағалау. Барлық материалдар оқу бірліктеріне бөлінеді. Әр оқу бірліктерінде үшін оқушыға қабылдау, түсіну және есте сақтау үшін қолайлы әдістерді таңдауға мүмкіндік беретін дидактикалық материал жасалады. Бүкіл тақырып бойынша оның толық меңгеру этолону анықталады. Этолон бойынша тақырыпты меңгергені үшін бағалау қорытынды тексеруден кейін қойылады.

6. Деңгейлік оқыту технологиясы. Деңгейлік оқыту технологиясы жылжымалы және құрамы бойынша салыстырмалы біртекті топтарға бөлу есебінен деңгейлік саралауды көздейді, олардың әрқайсысы базалық және вариативті деңгейлерде түрлі білім беру салаларында бағдарламалық материалды меңгереді (базалық деңгей мемлекеттік стандартпен айқындалады, вариативті – базалық деңгейден төмен емес шығармашылық сипатта болады).

Саралап оқытудың үш нұсқасы пайдаланылады: саралап оқыту әрбір оқушының оқу материалын меңгеру деңгейін ерікті түрде таңдауын, оқушылардың өзіндік жұмысын әртүрлі деңгейлерде ұйымдастыруды, жеке жоспар бойынша озық оқуды көздейді.

7. Бейімдік оқыту технологиясы. Бейімдік оқыту технологиясы деңгейлік оқыту технологиясының бір түрі болып табылады, ол оқушылардың жеке ерекшеліктерін ескере отырып, сабақтарды ұйымдастырудың икемді жүйесін қамтиды. Бұл технологиядағы негізгі бағыт оқушыға, оның қызметіне, жеке басының қасиеттеріне беріледі. Олардың оқу дағдыларын қалыптастыруға ерекше көңіл бөлінеді. Бейімдік оқыту технологиясын қолданудағы басымдық өздік жұмысқа беріледі. Бұл технология оқу кезеңдерінің ұзақтығы мен реттілігін мақсатты түрде өзгертуге мүмкіндік береді.

8. Бағдарламалық оқыту технологиясы. Бағдарламалық оқыту технологиясының сипаттамалық белгілері – бұл арнайы құралдарды қолдана отырып, алдын-ала жасалған оқу бағдарламасына сәйкес өзін-өзі оқыту технологиясы. Ол әрбір оқушыны өзінің жеке ерекшеліктеріне (оқыту қарқыны, алған білім деңгейі және т.б.) сәйкес оқытуды жүзеге асыру мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Бағдарламалық оқыту технологиясын жүзеге асырудың негізгі құралы – оқу бағдарламалары. Ол белгілі бір білім бірлігін игеру бойынша әрекеттер тізбегін белгілейді. Оқу бағдарламалары бағдарламаланған оқулық немесе баспа құралдарының басқа түрлері немесе компьютерлік техниканың көмегімен берілетін бағдарламалар түрінде жасалуы мүмкін.

9. Компьютерлік оқыту технологиясы. Компьютерлік оқыту технологиялары барлық дидактикалық мәселелерді шешуге мүмкіндік береді. Компьютерлер белгілі бір ақпаратты береді, оқушылардың игергенін және қаншалықты дәрежеде екенін тексереді, тиісті теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастырады, электронды кітапханаларға, негізгі отандық және халықаралық мәліметтер базасына қол жеткізуге мүмкіндік береді. Кейбір компьютерлік бағдарламалар оқу қарқынын оқушылардың жеке ерекшеліктеріне бейімдейді, әр жауапты талдай алады және осы негізде оқу материалының келесі бөліктерін орната алады және т. б.

10. *Проблемалық оқыту технологиясы.* Проблемалық оқыту технологиясы мұғалімнің жетекшілігімен оқушылардың оқу мәселелерін шешуге арналған өзіндік ізденіс әрекетін ұйымдастыруды қамтиды, оның барысында оқушылар жаңа білім мен дағдыларды қалыптастырады, қабілеттерін, танымдық белсенділігін, шығармашылық ойлауын және басқа да жеке қасиеттерін дамытады. Проблемалық оқыту кезінде мұғалім білімді дайын түрде хабарламайды, бірақ оқушыға проблемалық мәселе қояды, оны қызықтырады, оны шешудің жолын табуға деген ынтасын оятады. Оқушылардың өзіндік танымдық деңгейіне сәйкес проблемалық оқыту үш негізгі формада жүзеге асырылады: проблемалық мазмұндау, ішінара іздеу және тәуелсіз зерттеу қызметі.

11. *Модульдік оқыту технологиясы.* Модуль – бұл оқу мазмұны мен оны игеру технологиясын біріктіретін мақсатты функционалды түйін. Модульдің құрамы: мақсатты әрекет жоспары, ақпарат банкі, дидактикалық мақсаттарға қол жеткізуге арналған әдістемелік нұсқаулық.

Модульдік оқыту кезінде өз бетінше оқуға көп уақыт беріледі және өзін-өзі бақылау мен өзін-өзі бағалауға ерекше көңіл бөлінеді.

12. *Жобалық оқыту технологиясы.* Жобалық оқыту технологиясы өнімді оқыту идеясын практикалық жүзеге асыру нұсқаларының бірі болып табылады. Өнімді оқыту білім беру процесінде өнімді қызметтің жеке тәжірибесі екендігімен сипатталады. Өнімді оқытудың мақсаты білім көлемін игеру және білім беру бағдарламаларын өту емес, оқушылардың жеке тәжірибесін және олардың әлем туралы идеяларын нақты пайдалану, дамыту және байыту болып табылады. Әрбір бала өзінің жеке басын көрсетіп қана қоймай, оны байыта алатын нақты іс-әрекетке мүмкіндік алады.

13. *Қашықтан оқыту технологиясы.* Қашықтан оқыту технологиясы – бұл электрондық пошта, теледидар және интернет сияқты заманауи телекоммуникация жүйелері арқылы оқу отырысына қатыспай білім беру қызметтерін алу. Оқу материалдарын алғаннан кейін білім алушы білімді үйде, жұмыс орнында немесе арнайы компьютерлік сыныпта меңгере алады.

Қашықтан оқыту кезіндегі кеңес білім алушылардың жұмысын басқару және оларға пәнді өз бетінше оқып-үйренуге көмек көрсету нысандарының бірі болып табылады. Қашықтан оқыту технологиялары оқытудың түрлі әдістер мен қосымшалар арқылы арқылы жүзеге асырылады Zoom.us, Whatsarp, Google classroom, Bilimland (online-mektep.org) және т.) [10]

2.2 Кәсіпкерлікке оқытудың қазіргі тәсілдемелері

Оқытуда «тәсілдеме» термині оқыту немесе тәрбиелеу стратегиясын анықтайтын принциптер жиынтығы ретінде анықталады. Сонымен қатар, әр принцип оқу процесінде туындайтын нақты қарама-қайшылықтардың шешуін, ал олардың өзара әрекеттесуі оның негізгі қарама-қайшылықтарын шешуді реттейді. Педагогикада келесі тәсілдемелері бар: сараланған, жекелеген, тұлғалық, интерактивті, ізденіс, инновациялық.

Тәсілдемелерге қысқаша сипаттама.

1. Сараланымдық *тәсілдеме* оқушылардың жасына, жынысына, білім деңгейіне және тәрбиесіне қатысты тәрбиелік міндеттерді мұғалім әрекетімен жүзеге асыруын қамтиды. Сараланымдық тәсілдеме адамның қасиеттерін, оның мүдделерін, бейімділігін, өзін-өзі тану деңгейін және әлеуметтік жетілуін зерттеуге бағытталған. Сараланымдық тәсілдеме оқушылардың ақыл-ой, мінез-құлық, қарым-қатынас, жетекші қасиеттердің қалыптасу деңгейіндегі ұқсастық негізінде топтастырылады. Қазіргі тәжірибеде интеллектуалды дамуы әртүрлі деңгейдегі балалар топтары, физикалық кемістігі бар балалар, тәрбиені қажет ететін жасөспірімдер және т.б. ерекшеленеді. Оқушылардың әр тобы жеке көзқарас пен тұлғаға бағытталған тәрбиені, сондай-ақ педагогикалық ықпал ету әдістерінің өзіндік жүйесін қажет етеді.

2. *Жеке тәсілдеме* әр жеке тұлғаның өзіндік ерекшелігімен анықталады: интегративті қасиеттер, бейімділіктер, таланттар, қабілеттер, мінездің күшті жақтары, темперамент типі, өзін-өзі басқару, мінез-құлық және белсенділік, өзіне деген көзқарас. В. М. Коротовтың пікірінше, жеке тәсілдеме әр баланың мүдделерін, мінезі мен темперамент ерекшеліктерін, физикалық және психикалық даму деңгейін, оның отбасындағы тәрбиесі мен даму жағдайларын, басқалармен, атап айтқанда ұжымдағы құрдастарымен қарым-қатынасын ескеруі керек. Демек, педагогикалық іс-әрекеттің принципі бола отырып, ол жекелеген және сараланған тәсілдемелердің ережелерін қамтиды.

3. *Тұлғалық тәсілдеме* – бұл белсенді білім беру ортасын құруды және даму мен өзін-өзі дамытудағы жеке тұлғаның өзіндік ерекшелігін ескеруді көздейтін психологиялық-педагогикалық ғылымның маңызды принципі. Дәл осы принцип баланың оқу процесіндегі орнын анықтайды, оны іс-әрекеттің белсенді субъектісі ретінде тануды білдіреді, демек, субъективті қатынастардың қалыптасуын білдіреді.

4. *Интерактивті тәсілдеме* – бұл интерактивті сабақ барысында оқу материалын оқумен байланысты оқушылардың атқаратын белгілі бір қызмет түрі. Интерактивті тәсілдер: шығармашылық тапсырмалар; шағын топтардағы жұмыс; оқыту ойындары (рөлдік, іскерлік ойындар және білім беру ойындары); қоғамдық ресурстарды пайдалану (маманды шақыру, экскурсиялар); әлеуметтік жобалар және басқа да аудиториядан тыс оқыту әдістері (әлеуметтік жобалар, жарыстар, фильмдер, спектакльдер, көрмелер, қойылымдар, әндер мен ертегілер); жаттығулар; жаңа материалды зерттеу және бекіту (интерактивті дәріс, көрнекі құралдармен, бейне және аудиоматериалдармен жұмыс); күрделі және пікірталас сұрақтары мен мәселелерін талқылау («Ұстанымды (пікір шкаласын) қарызға ал»; мәселелерді шешу («Шешім ағашы»).

5. *Ізденістік тәсілдеме*. Оқытудың осы тәсілі шеңберіндегі мақсат – оқушылардың жаңа тәжірибені өз бетінше игеру мүмкіндіктерін дамыту; мұғалім мен оқушылардың іс-әрекетінің бағыты жаңа білімді, іс-әрекет тәсілдерін, жеке мағыналарын қалыптастыру болып табылады.

6. *Инновациялық тәсілдеме*. Инновациялық сабақтар, әдетте, кез-келген тақырыпты немесе бірнеше тақырыпты оқып, оқушылардың білімін бақылау

және бағалау функцияларын орындағаннан кейін жүзеге асырылады. Мұндай сабақтар ерекше, дәстүрден тыс жағдайда өтеді. Орындалған жұмысты қорытындылау кезінде жағымды атмосфера жасайды, қателік жасаудан қорқудың салдарын, дәстүрлі жағдайда пайда болатын психологиялық кедергіні шешеді. Мұндай сабақтар барлық оқушылардың міндетті қатысуымен, сондай-ақ есту және көру құралдарын (компьютерлік және бейне техникалар, көрмелер, буклеттер, стендтер) міндетті түрде пайдалану арқылы жүзеге асырылады. Мұндай сабақтарда әдістемелік, педагогикалық және психологиялық сипаттағы әртүрлі мақсаттарға қол жеткізуге болады [11].

2.3 Кәсіпкерлікке оқытудың кейбір қолданыстағы шетелдік бағдарламалары мен тәсілдемелер

1. TAMS әдісі. Солтүстік елдердің министрлер кеңесі қаржыландыратын «Кәсіпкерлікке оқытудың инновациялық әдістері» жобасының шеңберінде 2015 жылы *TAMS* (Teams development as a measure for sustainability) әдісі әзірленді. Ол ынтымақтастық арқылы оқытуды, әртүрлі көзқарастарды қабылдауға төзімділікті, командада жұмыс істеуді және бірлескен жұмыс процесінде қақтығыстарды шешуді қамтиды. Бұл әдісті оқу процесінде қолдану өз пікірін білдіру және қорғау қабілетін қалыптастыруға, мәселенің мүмкін шешімдерін сыни бағалауға мүмкіндік береді.

TAMS әдісі шағын топтарда жұмыс істеу үшін қолданылады. Оны жүзеге асыру аясында нәтижеге ерекше назар аударылады, оған тек топтың әр мүшесінің өзіндік жұмысының үйлесімінде және мұғалім ұсынған тақырып, мәселе бойынша жұмыс жасау кезінде сол топтың басқа мүшелерімен үнемі өзара әрекеттесу арқылы қол жеткізуге болады.

Міндет – команданың әр мүшесі алған білімдерін тиімді қолдана алуы, қажетті дағдыларды қалыптастыруы және сонымен бірге бүкіл команда әркімнің не істегенін білуі керек.

Құрылымы мен мазмұны бойынша *TAMS* әдісі – кешенді әдіс болып табылады, оны пайдалану кезінде келесі технологиялар қолданылады:

- іскерлік және рөлдік ойындар;
- case – технология элементтері және жобалау әдістері;
- проблемалық оқыту әдістері;
- миға шабуыл.

TAMS әдісі дағдыларды жетілдіруге және келесі салаларда тәжірибе жинауға арналған:

- проблемаларды анықтау, іріктеу және шешу;
- ақпаратпен жұмыс;
- жағдайда сипатталған бөлшектердің мағынасын түсіну;
- ақпарат пен дәлелдерді талдау және синтездеу;
- болжамдармен және қорытындылармен жұмыс;
- баламаларды бағалау;

- шешімдер қабылдау;
- басқа адамдарды тыңдау және түсіну;
- топтық жұмыс дағдылары

Бұл әдіс кәсіби дағдыларды дамытуға арналған, сондықтан оны кәсіби пәндердің негізгі блогын зерттегеннен кейін қолдану керек, өйткені оны жүзеге асыру кезінде кәсіби қызмет мазмұнының пәндік және әлеуметтік аспектілері модельденеді.

Әдістің негізгі мақсаты – мамандарды бірлескен кәсіби қызмет жағдайында тұлғааралық қарым-қатынас пен өзара әрекеттесуге үйрету, сонымен бірге ол болашақ маманның пәндік-технологиялық құзыреттілігін дамытуға бағытталған. Оқытудың бұл әдісінің мәні келесідей: бастапқы кезеңде мұғалім оқушылардың оқу тобын 5-7 адамнан тұратын шағын топтарға бөледі, содан кейін осы кіші топтың әр мүшесі 3-5 минут ішінде өзінің жеке қасиеттерін, хоббиін, жұмыс тәжірибесін сипаттай отырып өзін таныстырады. Кіріспе әңгімеден кейін мұғалім әр топқа нақты тапсырмасы бар конверт береді. Оқушыларды виртуалды компанияның мәселелерін, бизнес-ортаның ерекшеліктерін талқылауға және осы компанияда өзіне лайықты лауазымдарды таңдауға шақырады. Әр оқушы өздері ұсынған дәлелдерді талқылау негізінде өздері үшін ең қолайлы екі позицияны таңдауы керек. Содан кейін оқушылар дауыс беру кезінде бас директор лауазымына ең жақсы үміткерді таңдап, қалған лауазымдарға орындаушыларды тағайындайды. Топтар мұғалім тапсырмада тұжырымдайтын кез-келген практикалық бағытталған мәселені шешу үшін құрылады. Бұл әдісті іске асыру проблемалардың жоғары деңгейінің тапсырмаларын әзірлеуді және шағын топтарға олардың қызметінде толық тәуелсіздік беруді талап етеді.

Мақсаты: шығармашылық көзқарасты талап ететін шағын зерттеу жүргізу, эмпирикалық материал жинау, ақпаратты статистикалық өңдеу, нәтижелерді дәлелдеу, есеп түрінде рәсімдеу және негізгі ережелер мен жұмыс нәтижелерін «қорғау процедурасынан» өту және басқа топтарға кіретін мұғалімдер мен оқушылардан тұратын арнайы сараптамалық кеңестің алдында зерттеу нәтижелерін талдау. Осылайша, мұғалім оқушыларға нақты проблемалық жағдайды тұжырымдайды және олар оның шешімін өздері іздейді.

TAMS – әдіс креативті қабілеттерді дамытуға, жаңа идеяларды іздеуге және қалыптастыруға, сондай-ақ оларды талдау мен синтездеуге бағытталған. Бұл идеяларды қалыптастыру сатысында кез-келген сынға тыйым салуға негізделген миға шабуыл жүргізу технологиясын қолдануды қамтиды, мұнда негізгі назар олардың сапасына емес, идеялардың санына аударылады. Қатысушылар ұсынған идеялардың пайда болуымен байланысты бірінші кезеңнен кейін оларды әрі қарай зерттеу үшін топтастыру, бағалау, тұжырымдау немесе мәселенің болжамды шешімдері ретінде таңдау керек.

TAMS – бұл әдіс оқушыларды оқытудың интерактивті әдісі ретінде заңды түрде қарастырылады, өйткені ол: қатысушылардың белсенді топтық өзара әрекеттесу тәсілі; жоғары даму әсері бар (кәсіби, коммуникативті, мінез-құлық

және тұлғаның зияткерлік салаларында); жеке ресурстар мен адамның өзін-өзі дамыту процесстерін белсендіреді (өзін-өзі бағалау, сенімділікті арттыру, агрессивтілікті төмендету және т. б.). [11]

Оқу процесінде оқушылар өздерінің құндылық жүйелерін анықтауға, мінез-құлықтың жаңа стильдерін сынап көруге, тәуелсіз зерттеулерге қатысуға және осы зерттеулер барысында құзыреттіліктің негізгі түрлерін дамытуға мүмкіндік алуы маңызды.

2. *Пирамида*. Кәсіпкерлерді оқыту мақсаттарын жүзеге асыру үшін бізге немістің консалтингтік фирмаларының (атап айтқанда, gora – «Gesellschaft für Organisation, Planung und Ausbildung mbH – Consultants» компаниясы) идеяларына негізделген және бизнесті жүргізудің қазақстандық жағдайларына бейімделген. «Пирамида» бағдарламасының тәжірибесі неғұрлым тиімді болып көрінеді. Оқытудың маңызды сәті – ол белсенді әдістерге негізделуі керек, ал дәстүрлі технологиялар өте төмен нәтиже береді. Заманауи зерттеулердің назарында – кәсіпкерлерді «геймификациялық» ойын әдістерін қолданып оқытуға негізделген. [12]

Геймификацияның әдіснамалық негізі – бұл іс-әрекетті оқыту тұжырымдамасы, онда кәсіпкерлер өз әрекеттері арқылы оқиды, ал құзыретті жаттықтырушы тек оқу жағдайларын құрумен және осы жағдайлардан алынған тәжірибені өңдеумен, түзетумен және толықтырумен шектеледі. Оқытудың бұл түрі, егер оқу процесі топтық жұмысқа негізделген болған жағдайда тиімді.

Қазіргі кәсіпкерлерді оқыту кезінде бизнестегі нақты жағдайға сүйенген жөн. Бұл жағдайда оқуға деген белсенді көзқарас «Action Learning» (әрекет арқылы оқыту) болады.

Іс-әрекетті оқыту процесі әрқашан тәжірибеден басталады (модельденген немесе нақты жағдайда жасалатын әрекет). Кәсіпкерлерлікті оқытуда оқыту жағдаяттары әзірленеді. Кәсіпкерлерді оқыту кезінде қазіргі бизнестегі нақты жағдайға сүйенген жөн. Бұл жағдайда оқуға деген белсенді көзқарас «іс-әрекетті үйренуге» (іс-әрекетті оқыту) бағытталады.

Келесі қадам – оқушылардың әрекеттерін, реакцияларын, нәтижелерін *визуализациялау*. Бұл кезеңде мүмкіндігінше пайдалы мәліметтер жиналуы керек, оларды топта талқылау кезінде оларға сүйену үшін нақты қарау керек.

Түсіндіру – ол үшінші қадам, қатысушылардың кәсіпкерлік мінез-құлық қалыптастыру үшін қажет. Мұнда ұтымды мінез-құлық анықталады және қателер мен кемшіліктер талқыланады.

Соңғы қадам – нәтижелерді *жалпылау* (генерализация), оның барысында қатысушыларға осы жағдайда не білгендері, осындай жағдайларда не істеуге болатындығы туралы сұрақ қойылады.

Алынған жауаптар оқу тезистері түрінде тұжырымдалады. Бұл технологиядағы оқыту бағдарламасы 4 кезеңнен тұрады:

1. кәсіпкерлік әлеуетті айқындау;
2. бизнес-идеяны іздеу;
3. бизнес-жоспарды әзірлеу;
4. бизнес-жоспардың тұсау кесері.

Оқыту нәтижесінде кәсіпкерлер қажетті құзыреттерге ие болады: көпшілік іскерлік қарым-қатынас дағдылары; өзінің кәсіби қызметінің бейінін өзгерту қабілеті; ұйымдастыру-басқару шешімдерін қабылдау және олардың салдарын бағалау қабілеті; бизнес-жоспарларды, ұйымдастырушылық даму және өзгерістер бағдарламаларын әзірлеу және оларды жүзеге асыруды қамтамасыз ету қабілеті бағдарламаның тұжырымдамалық негізі және бизнестің өзгертін жағдайларын ескере отырып, оны өзгерту мүмкіндіктері кәсіпкерлерді оқытуда жүйелі тәсілді қалыптастыруға және кәсіпкерлік қызметке қатысушылар санын арттыруға мүмкіндік береді.

Құзыреттілік тәсіл тұрғысынан оқу процесінде инновациялық педагогикалық технологияларды қолдану мақсаттарының бірі білім алушының тұлғасын дамыту, оның өзін-өзі дамыту, өзін-өзі анықтау және өзін-өзі тәрбиелеу, яғни негізгі құзыреттерді қалыптастыру болып табылады.

Сонымен бірге, оқушылардың ерекшеліктері олардың дайындық деңгейіне, бос уақытының болуына немесе болмауына, тұратын аймағына, қалада немесе ауылдық жерде тұруына байланысты айтарлықтай өзгеруі мүмкін.

Case-study әдісі немесе нақты жағдаяттар әдісі (ағылшын тілінен case – жағдай, жағдаят) – нақты міндеттері – жағдаяттарды шешу (кейстерді шешу). арқылы оқытуға негізделген проблемалық-ситуациялық белсенді талдау әдісі. Нақты жағдаяттар әдісі (case-study әдісі) ойын емес имитациялық белсенді оқыту әдістеріне жатады. [13]

Case-study әдісінің тікелей мақсаты – оқушылар тобының бірлескен күш-жігермен істің нақты жағдайы туындайтын кезінде және практикалық шешім шығаруда case-жағдаят талдау; процестің аяқталуы – ұсынылған алгоритмдерді бағалау және қойылған проблема тұрғысынан ең үздігін таңдау болып табылады.

Қазіргі уақытта case-studyдің Гарвард (американдық) және Манчестер (еуропалық) классикалық мектептері бар. Бірінші мектеп аясында әдістің мақсаты – ең дұрыс шешімді іздеуге үйрету, екіншісі – мәселенің көп нұсқалығын шешуді ұйғарады. Американдық кейстер көлемі жағынан үлкен (мәтіннің 20-25 беті, оған қоса 8-10 беті иллюстрациялардан тұрады), ал, еуропалық кейстер 1,5-2 есе қысқа.

Кейстерді жинау және тарату бойынша көшбасшы 1973 жылы 22 жоғары оқу орнының The Case Clearing House of Great Britain and Ireland бастамасымен құрылған; 1991 жылдан бастап ол European Case Clearing House (ECCN) деп аталады. ECCN – бұл коммерциялық емес ұйым, ол кейстерді ұсынатын және оны пайдаланатын әлемнің әр елдерінде орналасқан ұйымдармен байланысты. Қазіргі уақытта ECCN құрамына 340-қа жуық ұйым, олардың ішінде Гарвард бизнес мектебі, Лозаннадағы менеджментті дамыту институты (IMB), Швейцариядағы INSEAD, Франциядағы Фонтенбло, Испания мен Барселонадағы IESE, Англиядағы Лондон бизнес мектебі, сондай-ақ Кранфилдтегі менеджмент мектебі енеді. Бұл ұйымдардың әрқайсысының өздерінің кейстер топтамасы және оларды таратуға ECCN құқығы бар.

Бүгінгі таңда case-study әдісі оқытуда жетекші орындарға ие болды, шетелдік тәжірибеде бизнес – білім беру белсенді қолданылады және оқушыларға типтік мәселелерді шешу дағдыларын қалыптастырудың тиімді әдістерінің бірі болып саналады. Гарвард бизнес мектебі бизнесті оқытудағы case-study әдісінің басымдығын сақтай отырып, оқу уақытының 90% - ға жуығын нақты кейстерді талдауға бөледі. Гарвард әдістемесі бойынша ситуациялық оқыту – бұл бейнематериалдарды, компьютерлік және бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалана отырып тыңдаушылардың қарқынды тренингі болып табылады. Гарвардтың немесе кез-келген басқа бизнес-мектептің студенті орта есеппен өзінің оқу барысында жүздеген кейстерді «өңдейді». Жыл сайын Гарвардта жүздеген жаңа кейстер, әдістемелік құралдар шығарылып, кейстер топтамасына толықтырулар енгізіледі. Жағдаяттық оқытуды қолдануда Солтүстік Американың әйгілі университеттерінің бірі – Батыс Онтарио университеті (Канада) де қолданады.

Case-study әдісі (немесе жиырмасыншы жылдары жазылғандай «қиын оқиғалар әдісі») өткен ғасырдың 20-жылдарында біздің еліміздегі кеңес партмектептерінің экономика пәні оқытушыларына белгілі болды. 1926 жылы қыркүйекте экономика пәні бойынша оқытушылар конференциясы болды, онда оқытудың түрлі әдістері мен оқыту әдістемесі, соның ішінде жоба әдістері немесе қиын оқиға әдісін қолдану мәселелері қарастырылды. 1924 жылдың қазанынан 1925 жылдың қазанына дейінгі кезеңде кеңес партмектептері оқытушылары Гарвард университеті ұйымының американдық экономикалық журналдардың бірінде (Harvard Business Review) – қиын оқиғалар әдісімен танысты.

КСРО-да case-study әдісін экономика пәні оқытушылары жақсы түсінгенімен, ол ұзақ қолданылмады. Оған деген қызығушылық XX ғасырдың соңында ғана пайда бола бастады.

Соңғы жылдары ресейлік білім беруді модернизациялау курсына байланысты Ресейдің Жоғары мектеп жүйесінде оқытудың жаңа тиімді әдістері іздестірілуде.

Case-study әдісін жоғары кәсіптік білім беру практикасына енгізу проблемасы қазіргі уақытта өте өзекті болып табылады, бұл екі процеске байланысты:

- ең біріншісі білім беруді дамытудың жалпы бағытынан туындайды, оның нақты білім алуға емес, кәсіби құзыреттілікті, ақыл-ой іс-әрекетінің дағдылары мен біліктілікті қалыптастыруға, жеке адамның қабілеттерін дамытуға бағытталған, олардың арасында оқуға, ойлау парадигмасын өзгертуге, кең көлемде ақпаратты өңдеуге ерекше назар аударылады;

- екіншісі маманның сапасына қойылатын талаптардың дамуынан туындайды, ол бірінші тенденцияның талаптарын қанағаттандырумен қатар, әртүрлі жағдаяттарда оңтайлы мінез-құлық қабілетіне ие болуы керек, дағдарыс кезінде жүйелілік пен тиімділікпен ерекшеленуі тиіс.

Қазіргі уақытта оқытудың белсенді әдістері, соның ішінде case-study әдісі Ресейдің бірқатар жетекші экономикалық университеттерінде экономикалық

кадрларды дайындауда кеңінен қолданылады. Экономикалық мамандық студенттерін оқытуда case-study әдісін қолдану оқытылатын пәндерге танымдық қызығушылықты арттыруға, экономикалық заңдарды түсінуді жақсартуға мүмкіндік береді және зерттеу, коммуникативтік, шығармашылық шешім қабылдау дағдыларын дамытуға ықпал етеді. Case-study әдісінің ерекшелігі – нақты өмірдегі фактілерге негізделген проблемалық жағдай жасау.

Case технологиясына негізделген оқу процесі тиімді болуы үшін екі шарт: жақсы құрылған кейс және оқу процесінде оны қолданудың белгілі бір әдістемесі қажет.

2.4 Бизнес кейстер негізінде оқу сабақтарын өткізу

Бизнес-кейстермен оқыту XX ғасырдың басында Гарвард университетінің бизнес мектебінде (ағылш. «case» - «портфель» немесе лат. «casus» - «күрделі») қолданыла бастады.

Сонымен бірге оқушылар нақты ұйымдардағы күрделі жағдайларды қарастырып, олардан шығу жолдарын ойластырады.

Әдістің мәні, оқушыларға нақты шешімі жоқ тапсырмалар (кейстер) беріледі. Тиісінше, олар мәселені және оны шешу жолдарын анықтауды немесе проблема анықталған кезде күрделі жағдайдан шығудың нұсқаларын жасауды талап етеді. [14]

Case-study әдісінің жалпы сипаттамасы

Case-studies – оқу сабақтарында кейіннен талдау мақсатында нақты материал негізінде арнайы әзірленген нақты оқу жағдайлары. Жағдаяттарды талдау барысында оқушылар «командада» әрекет етуге, талдау жүргізуге және басқарушылық шешімдер қабылдауға үйренеді.

Case-study әдісінің идеялары (ситуациялық оқыту әдісі) өте қарапайым:

1. Бұл әдіс шындық плюралистік болып табылатын пәндер бойынша білім алуға арналған, яғни қойылған сұраққа нақты жауап жоқ, бірақ шындық деңгейіне сәйкес келетін бірнеше жауаптар бар; оқыту міндеті бірден классикалық схемадан ауытқып, бір ғана емес, бірнеше шынайы жауаптарды алуға және олардың проблемалық өрісіне бағдарлауға бағытталған.

2. Оқытуға басты назар дайын білімді игеруге емес, оны әзірлеуге, мұғалім мен оқушының бірлесіп құрылуына аударылады; демек, case-study әдісінің дәстүрлі әдістерден түбегейлі айырмашылығы – егер оқушы мәселені талқылау барысында басқа оқушылармен және мұғаліммен бірлесіп шешетін болса, білім алу процесінде демократия болғаны.

3. Әдісті қолдану нәтижесі тек білім ғана емес, сонымен қатар кәсіби қызмет дағдыларына да байланысты.

4. Әдістің технологиясы: белгілі бір ережелерге сәйкес, нақты өмірде болған нақты жағдаяттың моделі жасалады және оқушыларға қажет білім мен практикалық дағдылардың жиынтығы көрсетіледі; сонымен бірге

мұғалім жетекші, сұрақтар тудыратын, жауаптарды жазатын, пікірталасты қолдайтын, яғни бірлесіп құру процесінің менеджері рөлін атқарады.

5. Жағдаяттық талдау әдісінің артықшылығы – білім алу және практикалық дағдыларды қалыптастыру ғана емес, сонымен қатар оқушылардың құндылықтар жүйесін, кәсіби ұстанымдарын, көзқарастарын, өзіндік кәсіби түйсіну мен дүниетанымды дамыту.

6. Case-study әдісі дәстүрлі оқытудың классикалық кемшіліктерін «кұрғақтық», эмоционалды емес материалды – эмоциямен, шығармашылық бәсекелестікпен күресумен байланысты жақсы ұйымдастырылған кейстердегі пікірталастар театр қойылымын еске түсіреді.

Case-study әдісі – теориялық білімді практикалық есептерді шешуге қолдануға мүмкіндік беретін құрал. Бұл әдіс оқушылардың өзіндік ойлауының дамуына, балама көзқарасты тыңдау және ескеру, өз ойларын дәлелдей білуіне ықпал етеді. Осы әдіс арқылы оқушылар аналитикалық және бағалау дағдыларын көрсетуге және жетілдіруге, топта жұмыс істеуді үйренуге, қойылған мәселенің ең ұтымды шешімін табуға мүмкіндік алады.

Қазіргі оқытудың интерактивті case-study әдісі оқушылардың теориялық ұстанымдарын игеруді және материалды практикалық пайдалануды меңгеруді қамтамасыз ете отырып, жағымды көзқарасқа ие болады; бұл оқушылардың кәсіби дамуына әсер етеді, олардың есеюіне ықпал етеді, оқуға деген қызығушылық пен жағымды уәжді қалыптастырады. Сонымен қатар, case-study әдісі мұғалімнің ойлау тәсілі, оның ерекше парадигмасы ретінде әрекет етеді, ол басқаша ойлауға және әрекет етуге, шығармашылық әлеуетін жаңартуға мүмкіндік береді. Case – нақты бизнестен алынған мысал – бұл оқиғалардың шынайы сипаттамасы ғана емес, жағдайды түсінуге мүмкіндік беретін бірыңғай ақпараттық кешен.

Жақсы ұйымдастырылған кейс келесі талаптарға сай болуы керек:

- туындының нақты қойылған мақсатына сәйкес келуі;
- күрделіліктің тиісті деңгейінің болуы;
- экономикалық өмірдің бірнеше аспектілерін суреттеу;
- бүгінгі күнге өзекті болуы;
- типтік жағдайларды суреттеу;
- аналитикалық ойлауды дамыту;
- пікірталас тудыру;
- бірнеше шешімге ие болуы.

Бизнесте біржақты дұрыс шешімдер жоқ деп болжанады. Case-study әдісімен оқытудың мәні – әркім өзінің білімі, практикалық тәжірибесі мен түйсігі негізінде нұсқаларды ұсынады. Мысалы, біреу үшін компания басшысының отбасылық жағдайын өзгерту маңызды емес, ал басқа оқушы өз тәжірибесіне сүйене отырып, бұл фактіні өте маңызды деп санауы мүмкін.

Case-study әдісінің өзіндік белгілері мен технологиялық ерекшеліктері бар, оны басқа оқыту әдістерінен ажыратуға мүмкіндік береді.

Case-study әдісінің белгілері:

- әлеуметтік-экономикалық жүйе моделінің болуы;

- ұжымдық шешімдерді әзірлеу;
- шешімдердің көп баламалылығы;
- жалғыз шешімнің түбегейлі болмауы;
- шешімдерді әзірлеудегі бір мақсаттың болуы;
- қызметті топтық бағалау жүйесінің болуы.

Case-study әдісінің технологиялық ерекшеліктері:

1. Бұл әдіс зерттеу аналитикалық технологияның белгілі бір түрін білдіреді, яғни зерттеу процесінің операцияларын, аналитикалық процедураларды қамтиды.

2. Case-study әдісі ұжымдық оқыту технологиясы ретінде әрекет етеді, оның маңызды компоненттері топта (немесе кіші топтарда) жұмыс істеу және өзара ақпарат алмасу болып табылады.

3. Оқытудағы case-study әдісін синергетикалық технология ретінде қарастыруға болады, оның мәні топты жағдаятқа ену процедураларын дайындау, қалыптасқан тиімді білімді көбейту, инсайтқа бөлену, жаңалықтармен алмасу және т. б. әсерлерін қалыптастыру болып табылады.

4. Case-study әдісі жеке, оқушылардың топтық және ұжымдық даму, түрлі тұлғалық қасиеттерін қалыптастыру процедураларын қоса алғанда, дамытушылық оқыту технологияларын біріктіреді.

5. Case-study әдісі жобалық технологияның белгілі бір түрі ретінде әрекет етеді. Жобалық оқыту технологиясында оқушылардың бірлескен іс-әрекеті арқылы болған мәселені шешу процесі жүрсе, ал case-study әдісінде тиімді іс-әрекеттің нұсқаларын түсіну үшін бір уақытта техникалық тапсырма және ақпарат көзі ретінде әрекет ететін кейс негізінде проблема мен оны шешу жолдары қалыптасады.

6. Case-study әдісі «табысқа жету» технологиясының маңызды жетістіктерін шоғырландырады. Онда оқушылардың әрекетін жандандару, олардың жетістіктерін ынталандыру, оқушылардың жетістіктерін атап өту бойынша іс-шаралар қарастырылады. Бұл әдістің негізгі қозғаушы күштерінің бірі ретінде, тұрақты позитивті мотивацияны қалыптастыру және танымдық белсенділікті арттыруда жетістікке жету болып табылады.

Case-study әдісінің негізгі функциясы - оқушыларға аналитикалық жолмен шешуге болмайтын күрделі құрылымданбаған мәселелерді шешуге үйрету.

Кейс оқушыларды шынайы жағдаяттармен бетпе-бет қалдырып, олардың іс-әрекетін жандандарады, аналитикалық және коммуникативтік қабілеттерді дамытады. Case-study әдісін қолдану «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінде кеңінен қолданылатын материалды қарапайым ұсынуда артықшылықтарға ие. Алайда, кейстер дәрістерді алмастыра алмайды. Мәскеудегі американдық бизнес және экономика институтының (AIBEc) оқытушысы Питер Эксманның айтуынша, барлық уақытты тек нақты мысалдарды талдауға жұмсауға болмайды, өйткені бұл ұқсас мәселелерді шешуге стереотиптік, біржақты көзқарасты қалыптастырады және оқушы жалпылаудың жоғары деңгейіне көтеріле алмайды. Кейстер практикада

кәсіпкерлік мәселелерді қалай қолданылатынын көрсетеді; егер теориялық «толтыру» болмаса, мұндай жаттығулардың айтарлықтай мәні болмайды.

Кейстер сабақтарда қолданылатын тапсырмалардан ерекшеленеді, өйткені оқытуда тапсырмалар мен кейстерді қолдану мақсаттары әртүрлі. Тапсырмалар оқушыларға жеке теорияларды, әдістерді, қағидаларды үйренуге және қолдануға мүмкіндік беретін материалды қамтамасыз етеді. Кейстер арқылы оқыту оқушыларға түрлі дағдылардың кең жиынтығын алуға көмектеседі. Кейстерде көптеген шешімдер және оған әкелетін көптеген балама жолдары бар. Case-study әдісі оқытудың «озық» белсенді әдістерінің біріне жатады.

Case-study әдісінің артықшылықтары:

- проблемалық оқыту принциптерін қолдану – нақты мәселелерді шешу дағдыларын алу, топтың бір проблема аясында жұмыс істеу мүмкіндігі, ал оқу процесінде өмірде шешім қабылдау механизміне еліктеу, ол өмірлік жағдаяттардағы терминдерді есте сақтау мүмкіндігі туады, өйткені ол терминдерді білу мен түсінуді ғана емес, сонымен қатар олармен жұмыс істеуді, мәселені шешудің логикалық сызбаларын құруды, өз пікірін дәлелдеуді талап етеді;

- командада жұмыс істеу дағдыларын алу (Team Job Skills);
- қарапайым талдау дағдыларын қалыптастыру;
- презентациялау дағдыларын алу;
- пресс-конференция дағдылары, тұжырымдай білу, сұрақ-жауапты дәлелдей алу.

Кейс дерек көздері

Кейс мұғалімнің ғылыми-әдістемелік қызметінің нәтижесі болып табылады. Зияткерлік өнім ретінде оның зерттеу көздерін төмендегідей ұсынуға болады:

- кейс мәселелері мен фактологиялық базасы – қоғамдық өмірдегі барлық сюжеттің алуан түрлілігінің қайнар көзі болып табылады;
- білім беру – case-study әдісіне интеграцияланған оқыту мен тәрбиелеудің мақсаттары мен міндеттерін анықтайды;
- ғылым – бұл шағылысу кешені ретінде кейстің үшінші қайнар көзі; ол аналитикалық белсенділік пен жүйелік тәсілмен анықталатын негізгі әдіснамаларды, сонымен қатар кейс пен оны талдау процесіне біріктірілген көптеген басқа да ғылыми әдістерді анықтайды. Кейстің негізгі қайнар көздерінің қатынасы әртүрлі болуы мүмкін. Бұл тәсілдеме кейстерді олардың негізгі қайнар көздерінің әсер ету дәрежесіне қарай жіктеуге негізделген. Бұл жағдайды төмендегідей бөлуге болады:
 - нақты өмірлік жағдайларды көрсететін практикалық кейстер;
 - оқыту кейстері, олардың негізгі міндеті – оқыту;
 - зерттеу қызметін жүзеге асыруға бағытталған ғылыми-зерттеу кейстері.

Жоғарыда аталған кейстердің қайнар көздері негізгі немесе бастапқы болып табылады, өйткені олар кейске әсер етудің маңызды факторларын анықтайды. Сонымен қатар, жоғарыда сипатталған негізгі дерек көздерден

туындау сипатындағы кейстерді қалыптастырудың қайталама көздерін бөліп көрсетуге болады:

1. Идеяларды ұсына алатын көркем және публицистикалық әдебиет, ал кейбір жағдайларда гуманитарлық пәндер бойынша кейстердің сюжеттік құрылымын анықтайды. Публикациялардан алынған үзінділер, кейске БАҚ-дан жедел ақпаратты қосу кейсті айтарлықтай өзектендіреді, ол оқушылар тарапынан қызығушылықты арттырады. Көркем әдебиет пен публицистиканы қолдану кейске мәдени функция береді, оқушының адамгершілік тұлғасын дамытуды ынталандырады.

2. Кейстерді қалыптастырудың қайнар көзі ретінде «жергілікті» материалды пайдалану. Көптеген зерттеушілердің пікірінше, компания мен оның өнімдері оқушылар үшін белгілі бір жеке мәнге ие болған кезде әртүрлі компаниялардың қызметі туралы кейстерді неғұрлым терең және қызықты талқылау орын алады. «ASU», «Samsung», компаниялары туралы кейстер «Pillows.kz», «Fly Arystan» және тағы басқалары, егер оқушылар арасында осы компанияларды білетін оқушылар болса, үлкен қызығушылықпен талқылайды. Сыныпта «Samsung» компаниясы туралы кейстерді талдау барысында, осы компанияда өндірілген тауарлар оқушылардың үйінде болған кезде жақсы талданады. Ұлттық нарықта белгілі бір орны бар компаниялардың тәжірибесін және сол компаниялардың тауарлары мен қызметтерін мүмкіндігінше кейс арқылы көрсету.

Егер мектептегі оқушылар отандық, жергілікті компаниялар туралы кейстерде сипатталған оқиғалар мен олардың мазмұнын жақсы білсе өздерін сенімді сезінеді, шетелдік тұтынушылардың мінез-құлқы мен іс-әрекетін талқылау оларға қиындық тудырады. Жергілікті материалға немесе жергілікті кәсіпкерге негізделген кейстерге талқылау жүргізуде мұғалім сенімді түсіндіреді, өйткені ол аймақты да, кәсіпорынның өзін де жақсы біледі. Мұндай жағдайларды талқылау кезінде жергілікті кәсіпкерді немесе кәсіпорын өкілін сабаққа шақырудың ерекше мүмкіндігі зор. Мысалы, «Rocket Study» кейсін талдау кезінде Нұр-сұлтан қаласының оқушыларына кейстің бас кейіпкері және «Rocket Study» ағылшын тілі мектептері желісінің негізін қалаушы Арслан Даримовтың өзін шақырып сұхбаттасуға болады.

3. Кейстің ғылымилығы мен күрделілігі статистикалық материалдармен, нарықтың жай-күйі туралы ақпаратпен, кәсіпорынның әлеуметтік-экономикалық сипаттамасымен және т.б. қамтамасыз етіледі; сонымен қатар бұл материалдар жағдаяттарды диагностикалау үшін тікелей құрал ретінде рөл атқаруы мүмкін және жағдаятты түсіне алатындай маңызды көрсеткіштерді есептеу материалы ретінде әрекет ете алады. Статистикалық материалдар кейстің мәтінінде немесе қосымшада орналастырылады.

4. Кейске арналған сапалы материалдарды белгілі бір мәселеге арналған ғылыми мақалаларды, монографиялар мен ғылыми есептерді талдау арқылы алуға болады. Ғылыми мақала әдетте кез-келген мәселені терең қарастырумен сипатталады; ғылыми монография зерттеу тақырыбына жүйелі, жан-жақты сипаттама береді; ғылыми есептің ерекшелігі – материалдың өзектілігі мен жаңашылдығы.

Ғылыми жарияланымдар case-study әдісінде екі функцияны орындай алады: біріншісі – ғылыми басылымдар мен олардың фрагменттері оларды мәтін мазмұнына қосу арқылы кейстің құрамдас бөлігі бола алады, ал екіншісі – кейсті түсіну үшін қажет әдебиеттер тізіміне енгізілуі мүмкін.

5. Кейстер үшін материал көзі интернет ресурстары болып табылады. Бұл дереккөз айтарлықтай ауқымдылығымен, икемділігімен және тиімділігімен ерекшеленеді.

Кейс құрылымы және оның құрылу принциптері

Кейстерді құрудың келесі негізгі кезеңдерін бөлу:

1. Кейстің дидактикалық мақсаттарын қалыптастыру. Бұл кезең оқу пәнінің құрылымындағы кейстің орнын анықтауды, осы жағдайға арналған пәннің бөлімін анықтайды; мақсаттар мен міндеттерді қалыптастыруды; оқушылардың білімі, іскерліктері мен дағдылары үшін «жауапкершілік аймағын» анықтауды қамтиды;

2. Проблемалық жағдайды анықтау;

3. Мәтінде орындалуы керек негізгі тезистерден тұратын кейстің бағдарламалық картасын құру;

4. Бағдарламалық картаның тезистеріне тікелей қатысы бар институционалдық жүйені (фирма, ұйым, ведомство және т.б.) іздеу;

5. Кейстің бағдарламалық картасының тезистеріне қатысты институционалдық жүйеде ақпарат жинау;

6. Мектептің қызметін көрсететін жағдаят моделін құру немесе таңдау; оның шындыққа сәйкестігін тексеру;

7. Кейс жанрын таңдау;

8. Кейс мәтінін жазу;

9. Кейстің дұрыстығы мен тиімділігін диагностикалау; осы кейстің тиімділігін анықтау үшін қандай да бір схема бойынша құрылған әдістемелік оқу экспериментін жүргізу;

10. Кейстің соңғы нұсқасын дайындау;

11. Кейсті оқыту практикасына енгізу, оны оқу сабақтарын өткізу кезінде қолдану, сондай-ақ оны оқытушылық қауымдастыққа тарату мақсатында жариялау; егер ақпаратта нақты фирма бойынша деректер болса, жариялымға рұқсат алу қажет;

12. Кейсті қолдану бойынша әдістемелік ұсыныстарды дайындау: оқушыларға арналған тапсырманы және кейсті талқылау және таныстыру үшін мүмкін болатын сұрақтарды әзірлеу, кейсті талқылау кезінде оқушылар мен мұғалімнің болжамды іс-әрекеттерін сипаттау.

Кейс:

- қызықты, қарапайым және түсінікті тілде жазылуы керек (қажет болған жағдайда компания өкілдерінің мәлімдемелерін ұсынған жөн);

- «драмамен» және мәселелігімен ерекшелену;

- мәселенің «түйінін» экспрессивті түрде анықтау;

- жағымды және жағымсыз мысалдарды көрсету;

- таңдалған оқушылар контингентінің қажеттіліктерін қанағаттандыру,

қажетті және жеткілікті ақпараттармен қамту.

Мәселенің анықтамасы мен біліктілігі жағдаят моделін құру процесінде өте маңызды орын алады.

Кейстерді 5 кезеңде шешу ұсынылады:

Бірінші кезең – жағдаятпен және оның ерекшеліктерімен танысу;

Екінші кезең – негізгі проблеманы (негізгі проблемаларды) анықтау, шынайы әрекет ететін факторлар мен тұлғаларды анықтау;

Үшінші кезең – «миға шабуыл» үшін тұжырымдамалар немесе тақырыптар ұсыну;

Төртінші кезең – шешім қабылдаудың салдарын талдау.

Бесінші кезең – кейсті шешу – бір немесе бірнеше нұсқаны ұсыну (әрекеттер тізбегі), проблемалардың туындауы, олардың алдын-алу және шешу механизмдері.

Бизнес кейспен әр түрлі жұмыстарды істеуге болады.

1-ші нұсқа: оқушы белгіленген мәселе бойынша шешім қабылдау үшін қажетті ақпаратты өзі табуы тиіс.

2-ші нұсқа: оқушыға жағдаятты толық сипаттай алатын және шешім табуға мүмкіндік беретін сұрақтар беріледі.

3-нұсқа: оқушыға жағдаят сипаттамасы берілген мәтінді талдау мен анықтау үшін жүзеге асырылған қадамдар ұсынылады.

Бұл ретте бизнес кейс әдісі бірқатар оқыту міндеттерін шешеді:

- практикалық маңызы бар мәселелерді шешу үшін белгілі бір жағдайға қол жетімді білімді қолдану дағдыларын игеру. Яғни, оқушыларға жұмысты қатаң жоспарланған схема бойынша жүргізу қажеттілігі туралы идеялар ауыртпалығын күштемей, олардың жұмысын бастау қажет болатын түпкілікті нәтижені түсіну;

- оқушылардың ақпаратты сыни талдау дағдыларын дамыту және өмірде қойылған міндеттерді шешу үшін әр түрлі, бір-біріне қайшы келетін ақпаратты пайдалану әдістерін ұсыну;

- оқушылардың басқа адамдардың пікірін қабылдау қабілетін және командада жұмыс істей білуін дамыту;

- оқушылардың өзіндік стандарттан тыс шешімдерді өз бетінше қабылдау қабілетін дамыту.

Бизнес-кейспен жұмыс істеу кезінде мұнда нақты дұрыс шешім жоқ екенін есте ұстаған жөн. Оқулықта белгілі бір кәсіпкер жасаған келесі қадамдар айтылса да, онда бұл мүмкін болатын шешімдердің бірі ғана. Сіздің оқушыларыңыз шынайы шешім болатындай шешімінің түпнұсқасын ұсына алады. Осылайша, сабақта процесті басқара отырып, оқушыларды оқулықта көрсетілген жалғыз шешімді табуға емес, мүмкіндігінше көп нұсқаларды ұсынуға және олардың орындылығын дәлелдей білуге ынталандыру керек.

Сонымен қатар, сабақта оқушылардың іс-әрекетін бағалау кезінде сәтті жұмыстың көрсеткіші дұрыс жауап табу емес, шығармашылық көзқарас, топта жұмыс істеу қабілеті, қолда бар және жаңа ақпаратты пайдалану және өңдеу қабілеті, сыни ойлау және жағдаятқа кеңінен қарау мүмкіндігі болып табылады.

«Илон Маск» кейсі

Мақсаты:

- практикада тауарлар мен қызметтерді өндіру үшін қажетті ресурстармен және факторлармен танысу;
- тауарлар мен қызметтерді өндіруге қажетті ресурстар мен факторлардың арасындағы айырмашылықты түсіну.

Бизнес-кейстерді талқылау кезінде – оны талқылау және өзара әрекет ету үшін 5 адамнан тұратын шағын топтар форматында ұйымдастыру керек. Кейс проблемаларының шешімдері ерекше және нақты болуын қадағалау қажет.

Кейс тапсырмасында шешімдердің әртүрлілігі мен сабақ барысының баламалылығына жол беріледі.

Оқушыларда дебаттарды ұйымдастыру үшін қолдануға болатын қарама-қарсы көзқарастар болуы мүмкін. Сіз олардың пікірлеріне қатысты жеке баға бермейтініңізді көрсетуіңіз керек, сонда әр түрлі көзқарастарға жол бересіз және пікірлерін айтқаны үшін оқушыларға алғыс білдіріңіз. Ис-әрекеттің мәні - барлық алынған ақпаратты ескере отырып, оқушылардың мәселеге деген жеке көзқарасын қалыптастыру.

Оқушыларға ұсынылатын тапсырмалар:

1-тапсырма

Zip 2-ні іске қосу кезінде Илон Маскта қандай ресурстар болғаны туралы ойланыңыз. Ол ресурстарды өндіріс факторларына қалай өзгерте алды?

Илон Маскта Zip2-ні іске қосу кезінде қаржылық ресурстар болды – бұл ұлының идеясына сенген әкесі берген капитал еді. Сонымен қатар, ол өзінің және ағасының еңбек және ақпараттық ресурстарына ие болды. Олар, сайып келгенде, кіріс әкеліп қана қоймай, тұтас индустрия туралы түсінікті өзгерткен оның жобасының табыстылығына әкелді.

Илонға мүлдем жаңа өнім ойлап табудың, өз күшімен оны жасаудың, пікірлестер командасын жігерлендіріп, пайдаланушыларды бұған дейін болмаған нәрселерді пайдалануға сендірудің, нарықтың негізгі ойыншылары — The New York Times және Pulitzer Publishing-нің өнімін пайдалануға тартудың сәті түсті.

Мұның барлығы оқушылардың жеке еңбек және ақпараттық ресурстары (білімі, шеберлігі мен дағдылары) болған жағдайда олардың өте көп нәрсеге, соның ішінде қажетті қаржыны тартуға қол жеткізе алатынына сендіруі тиіс.

2-тапсырма

X.com (PayPal) стартабын іске қосуға қандай ресурстар мен өндіріс факторлары тартылғанын және нәтижесінде ол неге сәтті болғандығын талдап көріңіз.

Бұл жағдайда өндірістің басты факторы Илон Масктың кәсіпкерлік қабілеті болды. Атап айтқанда, оның жақын арада адамдардың қандай өнімдер мен сервистерді талап ететінін болжау үшін болашаққа көз жүгірте білуі. Тәуекел ету қабілеті – өйткені, Илонда пайдаланушылардың оның сервисіне

сенім артып, өз ақшаларын аудару үшін электронды жүйелерді пайдалана бастайтынына кепілдік болған жоқ. «пошта» және «ақша аударымдары» сияқты ұғымдарды біріктіре отырып, стандарттан тыс және креативті ойлана білу қабілеті болды.

Сыныппен талқылау нәтижесінде Илон Масктың кәсіпкерлік қабілеттерінің тізімін кеңейтіңіз. Оқушыларда пайда болған барлық идеяларды көрнекілік үшін тақтаға жазуыңызға болады.

3-тапсырма

Space X-ке тартылған өндіріс факторларының тізімін кеңейтіңіз.

Илон Масктың жаңа стартап үшін қажет болған барлық өндіріс факторларын оқушылармен талқылай аласыз.

Жер: яғни кеңсе, зауыт және ғарыш айлағын салуға арналған алаң.

Капитал: қаржы құралдары, жабдықтар, үй-жайлар, бағдарламалық қамтамасыз ету және т. б.

Еңбек: компанияға тартылған қызметкерлердің үлкен штаты: инженерлер, бағдарламашылар, ғалымдар, дизайнерлер, жобалаушылар, талдаушылар және т. б.

Кәсіпкерлік қабілеттер: өзінің SpaceX стартапында Илон Маск қандай мінез-құлық сипаттары мен тәжірибе қолданғанын талқылаңыз.

Ақпарат: бағдарламалау, инженерлік, ғарыштық ұшулар және т. б. саласындағы кең білім.

4-тапсырма

Электрмобильдерді өндіру үшін қандай ресурстар мен факторлар қажет екенін талдаңыз.

Өндіріс факторлары мен ресурстарын көрсете отырып, Илон Маск олардың бизнес сызбасын өзгерте отырып, өз стартаптары үшін бұл тізімді әр уақытта қайта қарайтындығына назар аударыңыз. Әрбір жаңа бизнес үшін Илонға өндіріс технологиясын қайта ойлап табуға тура келеді, өйткені бұл іспен оған дейін ешкім айналыспаған, яғни автокөліктің сырт көрінісін ғана емес, оны өндіру үшін жаңа станоктар, энергия жұмсаудың жаңа технологияларын және т.б. ойлап табудан бастауға мәжбүр.

Бұған қоса, оқушылардың назарын Илон Маск электр энергиясының стандартты емес көздері – автокөліктерге арналған отын, күн батареялары және т. б. сияқты электр энергиясы есебінен ресурстар тізімін белсенді кеңейтетініне аудартыңыз. Яғни, ол ресурстардың стандартты тізімімен шектелмейді және оны дерек ретінде қабылдамайды, оны үнемі жаңа идеялармен толықтырады.

5-тапсырма

Илон Масктың бизнес-кейсі не үйретті? Өндіріс ресурстары мен факторлары туралы енді қандай тұжырым жасай аласыз?

Оқушыларға Илон Маск туралы өз пікірін білдіруге мүмкіндік беріңіз. Кейс ресурстарды іздеуге және оларды өндіріс факторларына түрлендіруге қажетті жаңа стандартты емес тәсілдерді іздеуге шабыттандыруы тиіс. Әлемдік бизнес-аренада керемет жетістікке қол жеткізген Африкадағы қарапайым баланың тарихы, кез келген табысты бизнестің негізінде, ең алдымен, оның

негізін қалаушының кәсіпкерлік ойы, содан кейін ғана қаржы немесе материалдық ресурстар жататынын көрсетеді.

«Yuframe» кейсі

Мақсаты:

- сұраныс пен ұсыныс арасындағы байланысты бақылау.

Бизнес-кейсті талқылау кезінде сіздің міндетіңіз – оны талқылау және өзара іс-қимыл жасау үшін 5 адамнан тұратын шағын топтар форматында ұйымдастыру. Кейс проблемаларының шешімдері ерекше, қарапайым болмауын өтінізіз. Бұл тапсырмада шешімдердің баламалылығына және сабақ барысының ауытқуына жол беріледі.

Оқушыларда дебаттарды ұйымдастыру үшін қолдануға болатын қарама-қарсы көзқарастар болуы мүмкін. Сіз олардың пікірлеріне қатысты жеке баға бермейтінін көрсетуіңіз керек, сонда әр түрлі көзқарастарға жол бересіз және пікірлерін айтқаны үшін оқушыларға алғыс білдіріңіз. Іс-әрекеттің мәні - барлық алынған ақпаратты ескере отырып, оқушылардың мәселеге деген жеке көзқарасын қалыптастыру.

1-тапсырма

Вайнерлер көрерменнің/тұтынушының қандай сұранысын қанағаттандырады? Тұтынушы үшін олардың өнімінің (вайндарының) маңыздылығы неде?

Сіз мектепке автобуспен күнделікті үйреншікті бір ғана жолмен сабаққа, жұмысқа барасыз, сондықтан сізді жолдағы күнделікті көрініс жалықтыруы мүмкін. Осындайда уақытты қысқарту және оны қызықты ету үшін вайндарға жаңа бағыт смартфон және ондағы жылдам ғаламтор қажет болды.

Бұл шындыққа айналғаннан кейін, адамдарда уақытты қысқарту үшін қысқа және қызықты роликтерге сұранысы пайда болды. Дәл осы сұранысты вайндар қанағаттандыра алды.

2-тапсырма

Неліктер вайнерлер 25 жасқа дейінгі жастар? Бизнесінің ерекшелігі вайнерлердің жасына байланысты ма?

Сапалы және қызықты вайнды түсіруге (ал басқасын аудитория ұнатпайды немесе мақсатқа лайық емес) сценарийді жазудан бастап, оның хэштегтері бар әлеуметтік желілерде пайда болуына дейін шамамен 12 сағат кетеді: ересек адамдарда мұндай бос уақыт жоқ, бұған қоса, ересек адамдар мұндай шығармашылыққа соншалықты бейім емес және мұндай әлеуметтік желілердің (вайндарды таратудың негізгі арналары) белсенді пайдаланушылары болып табылмайды.

3-тапсырма

Неліктен вайнерлердің негізгі мақсатты аудиториясы жоғары сынып оқушылары мен студенттер болып табылады? Вайн секілді форматтың қандай ерекшеліктері дәл осындай мақсатты аудиторияны тартады?

Балаларда, әдетте, смартфондар жоқ, бұған қоса, олар мұндай әзілді әлі түсінбейді. Вайндар жастардың өміріндегі тұрмыстық жағдайларды оларға түсінікті тілде жеткізеді, оларды алаңдататын тақырыптарды қозғайды, оларға таныс фильмдерді, әндерді және т.б. көшіреді.

4-тапсырма

Yuframe жетістігі неліктен Елдана Сатыбалдиевамен бірлескен жобасынан бастау алды? Қазіргі әлеуметтік желілердің қандай заңы мұндай ықпалды мүмкін ете алады?

Елдананың жеке жеткілікті көрермендер аудиториясы болды, Yuframe вайны оның пайдаланушыларының назарын аударды, олар Yuframe аккаунтын көріп, оған лүпіл қоя бастады, осыдан кейін жастардың танымалдығы тез өсе бастады.

5-тапсырма

Неге жарнама берушілер Yuframeге назар аударды? Әлеуметтік желілердегі жарнаманың қандай артықшылығы бар? Қандай кәсіпкерлерге/компанияларға бұл қызық болуы мүмкін?

Сіздің мақсатты аудиторияңыз — студенттер мен жоғары сынып оқушылары. Олардың ең жиі шоғырланатын жерін қайдан табуға болады? Әрине, ғаламтордан. Онда аудитория миллиондап саналады. Сізге тек - жастар уақыт өткізетін әлеуметтік желілерден тиісті арнаны табу және оның иелерімен жарнама туралы келісім жасау ғана қалады. Yuframe-ге коммерциялық ұсыныс жасай бастаған компаниялар осындай ойда болды. Егер тереңірек қарайтын болсақ, қазіргі заманауи студенттер мен оқушылар 5 жылдан кейін осында жұмыс істеуге, төлемге қабілетті болады. Егер олар қазір қандай да бір сервиске немесе қызметке көңіл аударып қана қойса, болашақта олардың пайдаланушылары болары хақ.

6-тапсырма.Неге product placement компаниялары қызықты болып табылады? Компаниялар өнімі жай ғана әлеуметтік желіде пайда болғаны үшін неліктен ақша төлеуге дайын?

Айтқанымыздай, Yuframe аккаунтында Instagram-дағы 2,9 млн жазылушылаы бар, олар әрбір жаңа вайнның пайда болуын тағатсыздана күтуде. Олар үшін Арман, Адина, Карина және Расул - сүйікті кейіпкерлер мен еліктеуге лайықты жандар. Егер олар белгілі бір иіссуды пайдаланса, белгілі бір мейрамханаларға барып, белгілі бір фирманың киімін кесе, бұл заттардың барлығы бірден сұранысқа ие болады және Yuframe-ге ұқсау үшін көрермендер сондай өнімдерді сатып ала бастайды.

7-тапсырма

Неліктен жарнама берушілер Yuframe жастарының жеке аккаунттарындағы жарнамаға қызығады?

Егер тіпті жасырын түрдегі жарнама: «Бүгін Х мейрамханасына бардық, уақытты керемет өткіздік. Сервис пен тағам – жоғары деңгейде», жастардың аккаунттарында пайда болса, product placement-тегі схема жүзеге аса бастайды. Олардың әрқайсысында Yuframe негізгі аккаунтындағыдай жазылушы көп

болмаса да (Арманда – 518000, Адинада – 576500, Каринада - 962 400), олар айтарлықтай аудиторияны қамтиды.

8-тапсырма

Бір бренд тәңірегіндегі вайнның сюжеті бар және компанияның аккаунты мен геолокациясы көрсетілген жарнама неліктен жарнама беруші үшін қызықты болуы мүмкін?

Product placement секілді мұндай жарнаманың өз ерекшеліктері бар. Ол жасырын емес, ашық. Мұнда көрермендердің жарнама өнімін байқамау мүмкін емес. Сонымен қатар, ол тікелей компанияның аккаунтына жібереді. Өнімге қызығушылық танытқан пайдаланушы бірден компания сайтына кіріп, ассортиментпен толығырақ таныса алады. Әйтпесе, өніммен танысуды кейінге қалдырып, содан кейін оны ұмытып кету қаупі де болуы мүмкін.

Геолокация бірден пайдаланушыға қажет болған жағдайда сонда кіріп, өнімді тікелей көруі үшін, осы компанияның дүкенін табуға көмектеседі.

9-тапсырма

Вайнерлер командасының әр мүшесі қандай қызмет атқаруы керек екенін талдаңыз.

Yuframe командасының мүшелері жұмыстарды өзара қалай бөліп алатынын болжаңыз. Әрбір жобаның идеялық шабыттандырушысы болуы керек.

Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, бірыңғай жетекшісіз компаниялар тез құлдырайды. Yuframe-де бұл функцияны Арман орындайды – бұл вайн жарай ма, жарамай ма, түпкілікті шешімді сол қабылдайды. Ол монтажбен айналысады – дубльдерді өзара біріктіреді, оларға музыка жазады т.с.с. Сонымен қатар вайнерлер командасында тартымды қыз бала болуы тиіс – бұл образсыз көптеген вайндар жарамсыз болар сөзсіз. Вайндардың негізгі тұздығы – әзіл. Командада креативті идеялар мен әзілдерге жауап беретін адам болуы тиіс.

Сонымен қатар, жарнама берушілермен байланысқа және қаржылық мәселелерге жауап беретін менеджер болуы қажет.

10-тапсырма

Сіздің ойыңызша, қаралым санына негізделген жарнама қалай жұмыс істейді?

Бұндай жарнама Instagramда болуы мүмкін бе? Youtube әрбір роликтің көру санын белгілейді, демек, жарнама беруші оны қанша адам көретінін дәл есептей алады. Сонымен қатар, Youtube-те роликті көру кезінде пайда болатын қалқымалы жарнама бар. Пайдаланушы оны өшіре алады, бірақ бәрібір көзінің қиығымен өнімді көріп, оған назар аударады.

11-тапсырма

Yuframe командасы өзінің жаңа бизнес желісін бургерлік деп атауды неге шешкенін талдаңыз.

Уақыт өте келе «Yuframe» сөзі жобаның атауы ғана емес, дербес брендке айналды. Бұл бренд қазірдің өзінде танымал, әрі табынушылары болғандықтан, бургерлер желісі деп аталған Yuframe командасы өз ғимараттарын

жарнамалаудың қосымша шығындарынан құтылды – олардың атауы өз-өзін жарнамалайды.

12-тапсырма

Неліктен мейрамхана ашуға шешім қабылдау арқылы Yuframe бургер пішімін таңдады? Бұл таңдауды жобаның мақсатты аудиториясымен қалай байланыстыруға болады?

Жоғарыда айтқанымыздай, жобаның мақсатты аудиториясы – жастар мен студенттер. Әдеттегідей, оларда көп қаржы жоқ, өйткені олар оқуда, толыққанды жұмыс істеп, қаражат таппайды. Сондықтан қымбат мейрамханаларға немесе дәмханаларға бара алмайды. Бургерхана – жастар арасында танымал мейрамхана форматы, сабақ арасында сол жерден арзан бағаға тамақтануға болады.

«Экстремалды атлетика» кейсі

Мақсаты:

- кәсіпкерлік қызмет түрлерін ажырата білуді үйрену;
- ел экономикасындағы шағын және орта бизнестің рөлін түсінуді үйрену;
- кәсіпкерліктің ұйымдық-құқықтық нысандарын ажырата білуді үйрену.

Бизнес-кейстерді талқылау кезінде – оны талқылау және өзара әрекет ету үшін 5 адамнан тұратын шағын топтар форматында ұйымдастыру керек. Кейс проблемаларының шешімдері ерекше және нақты болуын қадағалау қажет.

Кейс тапсырмасында шешімдердің әртүрлілігі мен сабақ барысының баламалылығына жол беріледі.

Оқушыларда дебаттарды ұйымдастыру үшін қолдануға болатын қарама-қарсы көзқарастар болуы мүмкін. Сіз олардың пікірлеріне қатысты жеке баға бермейтініңізді көрсетуіңіз керек, сонда әр түрлі көзқарастарға жол бересіз және пікірлерін айтқаны үшін оқушыларға алғыс білдіріңіз. Іс-әрекеттің мәні - барлық алынған ақпаратты ескере отырып, оқушылардың мәселеге деген жеке көзқарасын қалыптастыру.

1-тапсырма

Жастардың немесе креативті кәсіпкерліктің өмірінен мысал келтіріңіз – бизнес болашақ кәсіпкердің әуестігінен немесе хоббиінен өсіп дамиды ма?

Егер оқушылардың жауап беруі қиындық тудырса, теориялық сабақта олардың бизнес кейстерін еске сақтауды сұрай аласыз, мұнда Эмина Аскеровтың, Жібек Караманованың немесе Repas мысалдарын келтіруге болады. Сіз сондай-ақ олардың қандай хоббиі әлеуетті түрде бизнеске айнала алады деген сұрақ қоя аласыз немесе бірнеше оқушыны хоббиін айтуды және аталған хоббидің бизнеске өзгерте алатын қадамдарды талдай отырып, бүкіл сыныппен ой-талқы өткізуді өтіне аласыз.

2-тапсырма

Неліктен Василий Кочетков, Вадим Винокуров және Тимур Артюхин өздігінен экстремалды спортпен жай ғана айналысу идеясынан бас тартты

және «Экстремалды атлетика» Қоғамдық бірлестік құруды шешкен бірнеше себептерді атаңыз. Сіз мұнда қандай плюстар мен минусстарды көресіз?

Жеке іс ашудың барлық плюстары мен минустары бұдан әрі сабақта талқыланады. Аталған кезеңде оқушылар өздерінің болжамдарын айтуы тиіс. Оқушылар оқулықта ұсынылған тізіммен салыстыру үшін, оларды тақтаға жаза аласыз.

3-тапсырма

«Экстремалды атлетика» жобасының ақшаға айналуы ненің есебінен болды және алынған қаражаттың қандай нәрсеге бөлінетінін талдаңыз.

Жобаның мазмұны әрі қарай талқыланады. Сіз оқушыларды пайда табудың өзіндік нұсқаларын ойлап табуға ынталандырып, 2-тапсырмада көрсетілген жауаптардағы әрекетерді қайталай аласыз. Олардың барлық жауаптарын сіз оқулықта көрсетілген нұсқалармен салыстыру үшін тақтаға жаза аласыз. Бәлкім, оқушылар одан әрі көрсетілмеген қызықты және бірегей идеяларды ойлап табады.

4-тапсырма

Бір ұйымдастырушылық-құқықтық нысан шеңберінде бизнес-қызметті жүргізудің барлық плюстарын талдаңыз. Мысал ретінде кез келген басқа жастар, креативті немесе басқа бизнесті пайдаланыңыз. Төмендегі аталған плюстарды үш санатқа топтастырыңыз:

- 1) бизнес үшін плюстар;*
- 2) мемлекет және экономика үшін;*
- 3) қоғам үшін.*

Тапсырма креативті тәсілдемені ұйғарады. Тапсырмаға жауап беру кезінде сіз кәсіпкерлік қызметінің әртүрлі ұйымдастырушылық құқықтық нысандарына қатысты бөлімнің теориялық материалына сүйене аласыз. Егер оқушылар өздігінен басқа бизнесті атай алмаса, онда оларға көмектесіңіз. Мысалы, шаштараз қызметтері.

1) Бизнес үшін плюстар: салон ашу мүмкіндігі, жалдамалы жұмыскердің еңбегін пайдалану, фрилансер шаштараздан гөрі көбірек клиенттерді тарту, жарыстарға қатысу, салон базасында курстарды ұйымдастыру және т.б;

2) Мемлекет және экономика үшін плюстар: салықтар алу, басқа салондармен бәсекені дамыту, жұмыскерлерді жалдау есебінен жұмыссыздық мәселелесін шешу, жеткізушілермен жұмыс және т.б;

3) Қоғам үшін плюстар: бәсеке есебінен үздік сервис, әртүрлі салондар арасында таңдау мүмкіндігі, қызметтердің үлкен спектрі.

«Қане, бірге, барайық!» кейсі

Мақсаты:

- стартап ерекшеліктерін ажырата білуге бағыттау;
- оқушылардың креативті ойлау қабілеттерін дамыту.

Бизнес-кейстерді талқылау кезінде – оны талқылау және өзара әрекет ету үшін 5 адамнан тұратын шағын топтар форматында ұйымдастыру керек. Кейс проблемаларының шешімдері ерекше және нақты болуын қадағалау қажет.

Кейс тапсырмасында шешімдердің әртүрлілігі мен сабақ барысының баламалылығына жол беріледі.

Оқушыларда дебаттарды ұйымдастыру үшін қолдануға болатын қарама-қарсы көзқарастар болуы мүмкін. Сіз олардың пікірлеріне қатысты жеке баға бермейтініңізді көрсетуіңіз керек, сонда әр түрлі көзқарастарға жол бересіз және пікірлерін айтқаны үшін оқушыларға алғыс білдіріңіз. Іс-әрекеттің мәні - барлық алынған ақпаратты ескере отырып, оқушылардың мәселеге деген жеке көзқарасын қалыптастыру.

1-тапсырма

Неліктен осы кезеңде Бақдәулет Исаевтің жобасын стартап деп атауға болады? Қандай стартаптар ерекшеліктерін сіз онда белгілей аласыз ?

Бақдәулет Исаевтің жобасы стартаптың жобасына сәйкес келеді: «жоғары белгісіздік жағдайларда қызмет көрсету немесе жаңа өнім жасайтын ұйым». Қалада алдағы оқиғалар туралы ақпарат беретін мұндай сайт болмағандықтан, Бақдаулеттің өнімі жаңа болды және ол қолданушылар арасында танымал бола ма, жоқ па оны білмеді. Сонымен қатар, стартап клиенттің іздейтін мәселесінен туындайтыны белгілі. Бақдәулет осымен айналысты – ол қалалық іс-шаралар туралы ақпараттармен танысуға болатын қоғамдық мәселенің шешімін іздеді.

2-тапсырма

Стартап және компания үшін монетизация (пайда табу) тетіктері немен ерекшеленеді?

«Кәне, бірге барайық !» мысалында өзіндік тұжырымыңызды бейнелеңіз. Компания немен ақша табатынын айқын біледі – өндіріспен, қызметтерді сатумен және тағы басқа. Стартап оның өнімі сатылатынына әлі сенімді емес, стартап алғашқы уақытта тек болашақ пайда табу нұсқаларының негізін қарастырып қана тегін жұмыс істейді. Бақдәулет меншікті жобасын тегін бастады, оны дамытуға өзінің ресурстарын салды және тек кейіннен, стартап табысты болған соң, пайда таба бастады.

Тапсырма креативті тәсілдемені ұсынады. Оқушыларды әртүрлі ұсыныстар айтуға ынталандырыңыз және оларды тақтаға жазып алыңыз. Оның ішінде, сіз сыныпты командаларға бөле аласыз және әрбір командаға неғұрлым көбірек «Кәне, бірге барайық!» дамыту нұсқаларын ойлап табу міндетін қойып, жарыс ұйымдастыра аласыз.

4-тапсырма

Бақдәулет стартаптың табысты болу үшін қандай дағдыларды дамытты? Неліктен?

Аталған сұраққа жауап үшін бірінші тоқсаннан өндіріске тартылған кәсіпкерлік құзыреттерге арналған сабақтарды еске алу пайдалы болады. Оқушылар осы түсініктерді пайдаланып, тапсырмаға жауап бере алады. Сондай-ақ стартапер жобаны дамытудың бірінші кезеңдерінде өздігінен әртүрлі функцияларды орындауы тиіс екенін жеке атап өту қажет. Сөйтіп, Бақдәулет

өзінің стартабында басқарушы, контент-менеджер, SMM-менеджер, жарнама жөніндегі менеджер, бухгалтер, хатшы және тағы басқа функцияларын орындады.

Кесте1

Көрсеткіш	Қәне,бірге барайық
1. Құндылық ұсынысы	
2. Тұтынушылар сегменттері	
3. Тарату арналары	
4. Клиенттермен өзара әрекеттесу	
5. Пайда көздері	
6. Басты ресурстар	
7. Басты серіктестер	
8. Басты қызмет	
9. Құнның құрылымы	

5-тапсырма

«Кәне,бірге барайық!» дамудың сатысының масштабтау опцияларын ұсыныңыз.

6-тапсырма

Тағы:

а) аталған жағдайда стартапты таратудың қандай арналары «Кәне, бірге барайық!» үшін жарамды;

б) қандай тұтынушылармен өзара әрекеттесуді жақсартуға болады;

в) қандай жаңа басты серіктестерді тартуға болатыны жайлы талдаңыз.

5 және 6-тапсырманы орындаған кезде сондай-ақ сіз одан соң оларды оқулықтан алынған нұсқалармен салыстыру үшін, оқушыларға ұсынылған барлық нұсқаларды тақтаға жаза аласыз. Бәлкім, сіздің оқушыларыңыз оқулықта аталмаған бірегей идеяларды ұсынады.

7-тапсырма

Стартаптардың қандай ерекшеліктері, бизнес-модельдері «Кәне, бірге барайық!» стартабының толыққанды әрі табысты компанияға айналдыруға көмектескенін толықтырыңыз.

Аталған сұраққа жауап беру үшін тақтаға немесе флипчартқа келесі кестені алдын ала суреттеуге пайдалы болады.

Оқулық мәтінінің стартаптар бизнес-модельдеріне қатысты теориялық бөлімін тағы бір рет оқып шығыңыз. Соңа соң оқушылармен бірге «Кәне,бірге барайық!» стартабының көрсеткіштерін 74-ке дейін жазып, кестені толтырып шығыңыз. Кесте дайын болған кезде, оқушылардан «Кәне, бірге барайық!» стартабы неліктен пайдалы және табысты болғаны жайлы жалпыланған тұжырым жасауды сұраңыз

«Астау бизнесі» кейсі

Мақсаты:

- оқушылардың бойына ұлттық құндылықтарды сіңіру;
- жаңа идеялар туындата білуге жетелеу.

Қазақстанда ет тағамды барлығы жақсы көретіні ешкімге де кұпия емес. Бұл кез келген қазақстандық отбасының дастарханындағы ең қажетті тағам. Бүгінде мейрамханаларда, дәмханаларда ғана емес, сонымен қатар көптеген қазақстандықтардың үйлерінде де астауды мерекелік дастархан жаю барысында пайдаланады. Бұл әдемі әрі ерекше көрінеді. Біздің заманымызда астау жасау жаңа тыныс алып, халықтың салт-дәстүрін насихаттайтын тренд болды. Астау қазақ экожүйесінің басты құндылығы болып табылады. Онда ет ұзақ уақыт бойы суып кетпейді, ал әрленген ағаш астау мерекелік үстелге ерекше сән береді.

Идея:

Мектепте білім алып жүрген уақыттан бастап Талдықорған азаматы Абзал Бегімбетов ағаштан түрлі қобдишаларды және кәдесыйларды жасап, оларды туыстарына, достарына, көршілеріне сыйға тартуды ұнататын. Осыдан бірнеше жыл бұрын қалалық дүкендердің бірінде Абзал тойларда ет тағамы берілетін ағаш астауға назарын аударды. Абзал қайтсе де астауды жасауға үйренуді шешті. Өкінішке орай, цехта Абзалды үйретуден бас тартты. Содан кейін ол осындай өнімді жасайтын бір кәсіпкермен кездесті. Келіссөздерден кейін ол цехтың бірін жалға алып, жұмысшыларды жалдап және өндірісті бастап кетті. Бұл саладағы шеберлер өте көп болып шықты. Жас жігіт тәжірибелі ағаш шеберлердің жұмысын бақылап, үйреніп алады.

Алайда барлығы бірдей өнімді өндіруді, жылжытуды және өткізуді ұйымдастыра алмайды. Талдықорған қаласына оралғаннан кейін жас жігіт алдымен үй жағдайында ағаш астауларын жасай бастады.

Сұраныс

Көп ұзамай оларға сұраныс артып, жаңа бастаған кәсіпкер жеке кәсіпкерлігін тіркеп, Балпық би ауылында шағын шеберхана ашып, кейін облыс орталығында цех ашты. Осылайша қазақ ұлттық дәстүрлерімен әуестену үш жыл бойы тұрақты табыс әкелетін бизнеске айналды. Ай сайын 5 адамнан тұратын шеберлер, әр түрлі формадағы 100 – ге жуық бұйымдар жасады, бірақ оларға деген қажеттілік әлдеқайда көп – 400 дана болды. Тапсырыстар көбейіп, өткізу мәселесі туындаған жоқ: барлық өнімді көтерме бағамен Нұр-сұлтан, Алматы, Қостанай қалаларының бизнес-серіктестері сатып алуда.

Қаржыландыру

Кәсіпкер «Табыс» жеке кәсіпкерлігін тіркеген соң, 2017 жылы «Бизнестің жол картасы – 2020» бағдарламасы шеңберінде ағаштан жасалған ұлттық ыдыс-аяқ өндірісі жобасымен мемлекеттік гранттар конкурсына қатысты, Абзал миллион теңге алып, құрал-жабдықтар сатып алып, цехты кеңейтті. Бүгінде кәсіпкер цехында бес адам жұмыс істейді, олар күн сайын астауды 12-15 данадан дайындайды.

Ресурстар

Ағаш ыдысты дайындау үшін шеберлер қарағашты пайдаланады: бұл ағаш басқалардан қатты болып саналады. Өндіріске тек сапалы, бұтақтары мен жарықтары жоқ ағаш пайдаланылады. Цех электр араларымен, дрельмен, тегістеу машинасымен жабдықталған, қымбат станоктар да бар.

Авторлық құқық

Авторлық құқықтарды бекіту мақсатында Абзал әрбір бұйымға фирмалық белгіні – ежелгі қазақ ою-өрнегін «үкікөзді» ойып салады, ол бір жағынан сапа кепілі қызметін де атқарады. Оның айтуынша, ағаштың жасы үлкен болған сайын ыдыс-аяқ сапалы болады. Ағаш бұйымдары өнерінде көркем ою, дизайн, шығармашылық тәсіл, ең бастысы – зергерлік дәлдік пен шыдамдылық қажет. Кейде арнайы тапсырыс бойынша бір ағаш астауды дайындауға бір айға дейін уақыт жұмсауға тура келеді.

Бәсеке

Белгілі болғандай, қазақтың ұлттық ыдыс-аяқтарын өндіру саласында бәсекелестік аз. Мысалы, еліміздің оңтүстігінде Талдықорған, Шымкент және Таразда бірнеше мамандандырылған шеберхана жұмыс істейді. Сонымен қатар, астау республиканың солтүстігінде де үлкен сұранысқа ие.

Масштабтау

Жақын арада Абзал Бегімбетов Қостанайда тағы бір цех ашып, шығарылатын бұйымдардың тізімін кеңейтуді көздеп отыр.

Қысқа уақыт ішінде кәсібиліктің арқасында Абзал өнімі өңірде сұранысқа ие және танымал болды. Сонымен қатар кәсіпкер жаңадан бастаған шеберлер мен бизнесмендердің тәлімгерлері бола білді. Ол өз кезегінде өз ісін ашқан ондаған адамды ағаштан жасалған ыдыс-аяқ шығаруға үйреткен.

Дерек көз: <https://atameken.kz/ru/projects/30638-taldykorganec-naladil-proizvodstvo-derevyanno-j-posudy><https://kazpravda.kz/articles/view/v-trende-astau-dlya-beshbarmaka>

Кейс «Балаларды бақылаудан қалай ақша табуға болады?»

Нарықтық тауаша

Балалар қауіпсіздігі үшін қосымшалар нарығы өте көп болып көрінуі мүмкін. Шынында да, ол 2015 жылдан бастап белсенді дамып келеді, бірақ көптеген өнімдер шикі және функционалы шектелген, ал пайдаланушылар сан алуандықты қалайды.

Талғат пен Асхат 2016 жылы Нұр-Сұлтанға Қостанай облысынан келіп, өз күштерін бизнесте сынап көрмек болды. Сол кезде Аграрлық университеттің «Есеп және аудит» мамандығының түлегі Талғат Аяпов құрылыс компаниясында, ал қаржыгер Ашаманов Асхат – банк саласында жұмыс істеген. Бірінші жоба аграрлық сектормен байланысты болды: достар Астанада 200 шақырым жерде қаз фермасын ашты. Арада бір жыл өткенде шығындарын ақтағаннан соң, ферманы сатуды жөн көрді, себебі ауылдық жерде елордадағы негізгі жұмысымен қатар алып жүру оңайға түспеді. Балалардың GPS-сағаттарын сату табыстырақ болды. Талғат, Асхат және олардың бизнес-әріптесі Бауыржан Көшербаев Қытайда өндірушіні тауып, сауда желілерімен жеткізуге келісім-шарт жасап, GPS-технологиялар саласындағы маман Илья Юрасовты командаға алды. Ол «Сириус» қосымшасын әзірлеп және ол

қазақстандық ата-аналарға бастапқыда орнатылған қытай баламасына қарағанда көбірек ұнады. Бірақ көп ұзамай жастар тығырыққа тірелгенін түсінді: отандық нарық көлемінің шектеулі болуына байланысты Қазақстанда өсудің үлкен болашағы болған жоқ, ал мұндай тауармен шетел нарықтарына шығу мағынасы болмады.

Идея

Бизнесмендер ата-аналарға олардың балаларының қайда екенін білу маңызды екенін түсінді. Өздері жас әкелер бола отырып, балалар мен ата-аналар үшін нағыз сапалы өнім жасағысы келді. Мобильді қосымшаны әзірлеу шешімі қисынды болып көрінді, себебі қазір смартфондар іс жүзінде әрбір оқушыда бар. Сол GPS-сағатқа қарағанда, мұндай өнімді масштабтау оңай, сондай-ақ отбасылық бюджет үшін қосымшаға ай сайынғы жазылым төлеу гаджетті сатып алуға қарағанда тиімдірек болды.

Жобаны қаржыландыру

Достар корпоративтік саланы тастап, жобаны 2018 жылдың қараша айында жүзеге асыруға кірісті. Олар GPS-сағат сатылымында тапқан 12 млн. теңге өз қаражатын стартапқа инвестициялады. 2019 жылы шілдеде жоба 3 млн. теңге көлемінде Нұр-Сұлтан әкімдігінің грантын жеңіп алды. Kid Security StartUp Kazakhstan бағдарламасы акселерациясының үшінші кезеңінен өтті және GVA Fund тарапынан 20 мың доллар қаржыландыру алды. 2019 жылдың қазан айында Kid Security Astana Hub Battle байқауын жеңіп және жүлделі 15 мың доллар сыйақы алды.

Жобаның «Ұтымды жақтары»

Әзірлеушілерге баланың қызығушылығын тудыратын «ұтымды жақтарды» табу керек болды.

Балалар қауіпсіздігі бойынша қосымшалар шамамен бірдей функциялармен жабдықталған: ата-аналар баланың қозғалысын көре алады, сабақтан кейін оқушы дыбыссыз режимді өшіруді ұмытып қалса, дабыл батырмасы бар. Қазіргі заманғы балаларға ересектер тарапынан көп көңіл бөлінбейтіндіктен, олар өздерін бақылағанды ұнатпайды және 90% жағдайда бақылау қосымшаларын алып тастайды. Жас кәсіпкерлер өз жобасына психологты шақырып және Kid Security қосымшасынан бас тарту көрсеткішін төмендете алды.

Ең кішкентай, 1-2 сынып оқушыларына виртуалды үй жануарларына қамқорлық жасау қосымшасын ұсынады, ол қосымшаны пайдалана отырып, оқудағы жетістіктері немесе үйдегі көмегі үшін ата-анасынан мақтау алады. Үлкен балалар үшін сыйлықтарға ауыстыруға болатын виртуалды монеталар жүйесін ойлап тапты. Бала өзінің жетістіктер туралы есеп беріп, ата-анасының мақұлдауын ала алады. Kid Security әзірлеушілері елордалық мектептердің бірінде эксперимент жүргізді, оқушылардың 98%-ы бұл идеяны ұнатты. *Мақсатты аудиторияның ерекшеліктері:*

Ата-аналардың қосымшада қандай міндеттерді жүзеге асыруды көргісі келетінін түсіну оңайға соққан жоқ. Kid Security қосымшасының мақсатты аудиториясы – аналар, ал олар өз тілектеріне тұрақты емес немесе өздеріне не

ұнамайтынын тікелей айта алмайды. Сондықтан стартапер пайдаланушылардың көпшілігі қалаған ұқсас тілектерді байқаған кезде және ұтымды жақтарын түсінген кезде ғана әзірлемеге қандай да бір функциясын қосып отырды.

Қосымшаның функциялары

Қосымша арқылы ересектер онлайн режимінде карта бойынша баланың орналасқан жерін бақылап, оның айналасында болып жатқан оқиғаларды ести алады, гаджеттерге қанша уақыт арнайтынын және қандай қосымшаларды пайдаланатынын қадағалай алады. Егер сабақтан кейін оқушы дыбыссыз режимді өшіруді ұмытып кетсе, ата-ана бұл туралы еске салатын сигнал-қосымша динамикті қашықтықтан енгізе алады. Егер баланың құрылғысында батарея қуаты отырса, ата-аналар хабарлама алады және смартфонды зарядтау уақытын еске сала алады. Дегенмен, арнайы алгоритм телефон қуатын сақтайды. Шұғыл жағдайда ересектер SOS батырмасын басу туралы хабарлама алады. Kid Security егер бала байланыссыз қалса, сондай-ақ сигнал жоғалар алдында бала болған ауданды картада көрсетіп хабарлайды.

Қызметтер құны

Ең маңызды функциялары – ол баламен чатта сөйлесу, «дабыл батырмасы» және орналасқан жерін бақылау, анимация және ынталандыру жүйесі тегін режимде қол жетімді. Ай сайынғы кеңейтілген нұсқаға жазылу қазақстандықтарға 990 теңгені құрайды. Әзірлеушілер басқа елдердің қолданушылары үшін бағаларды өмір сүру деңгейіне қарай белгілеген, мысалы, америкалықтар қосымшаны пайдаланғаны үшін 6 доллар төлеу керек. Бүгінде Kid Security қосымшасын 30 мыңға жуық пайдаланушы жүктеп алған. Ақылы жазылымды пайдаланушылардың 7% -ы сатып алады, бұл жобаның негізін қалаушылардың айтуынша, жақсы көрсеткіш болып табылады: балаларды бақылау жөніндегі қосымшаларды орнататын пайдаланушылардың орташа есеппен 3-4% - ы тегін функционалмен шектелмейді.

Масштабтау

Жүктемелердің 80 % - дан астамы басқа елдердің пайдаланушыларының үлесіне тиесілі. Пайдалану географиясы кең: Ресей, Ұлыбритания, Хорватия мен Израильден АҚШ-қа дейін.

Басқа елдің тілдеріне аударма жасау арқылы Kid Security-ге ұқсас өнімді масштабтау оңай болып көрінуі мүмкін. Бірақ іс жүзінде бәрі оңай емес. Менталитеттің ерекшеліктерін білмей, басқа нарықтарға бейімделуді жүргізу мүмкін емес. Қазақстанда үйреншікті заттар АҚШ-та түсініксіз немесе жарамсыз болуы мүмкін. Бұл тұрғыда қосымшаның негізін қалаушыларға әртүрлі елдерде тұратын бәсекелестердің тәжірибесін зерттеу және сол елдерде тұратын отбасылық достардың кеңестері көмектесті.

Аяпов пен Ашаманов үлкен деректер базасы бар мобильді операторлармен әріптестік мүмкіндігін қарастырады. Компаниялар абоненттермен қосымша туралы ақпаратпен бөлісе алады, ал әзірлеушілер түсімнің пайызымен бөліседі.

Серіктестер Kid Security қосымшасының балалар бақылауымен шектелмейтін отбасылық платформа деңгейіне дейін дамытуды жоспарлап

отыр. Қолданба көмегімен ересек балалар қарт ата-аналардың орын ауыстыруын және көңіл-күйін бақылай алады. Ерлі-зайыптылар осы қосымша арқылы дүкенге бірге бару немесе балаларды секцияға сабақтарға апару қажет болған кезде өз қозғалыстарын келісе алады.

Сондай-ақ, әзірлеушілер Facebook немесе Google компанияларына Kid Security қосымшаларын сатуды жоспарлап отыр.

Дере көз: https://m.forbes.kz/made_in_kz/chudo_odobreniya_1577198030/

Кейс «Ауылда миллион теңгеге пайдалы бизнесті қалай ашуға болады»

Мақсаты:

- оқушылардың бойында ұлттық құндылықтарды дамыту;
- отандық өнімдерді жасауға ынталандыру.

Қызылорда облысы Жалағаш ауданы Жаңаталап ауылының тұрғыны Мейрамкүл Романқұлова ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қорының қолдауымен көрпе мен киіз үй тігетін цех ашты.

Идея

Бұрын ауыл тұрғындары мал жүнін қырқып қоқысқа тастағанда немесе өртеп жібергенде, Мейрамкүл әрқашан оның дұрыс емес екенін ойлайтын, өйткені жүн – бұл көптеген пайдалы заттарды өндіруге арналған шикізат екенін түсінген болатын. Егер ол өз ісін ашса, жүнді кез келген ауылда еш қиындықсыз және арзан бағамен сатып алуға болатынын түсінді.

Ресурстар

Жүн өңдеу цехының жұмысын ұйымдастыру бойынша жоспар жасап, Мейрамкүл «Ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қоры» АҚ арқылы миллион теңге несие алды.

Алматы облысында Мейрамкүл жүнді өңдеуге арналған станок сатып алды, себебі қол еңбегімен жүнді өңдеу жұмысы қиын әрі баяу жүретін процесс, ал станок сағатына 20 килограммға дейін жүнді өңдейді. Ал цех жұмысшыларын Мейрамкүл жұмыспен қамту бағдарламасы аясында алды және ол тиімді болатын.

Өнім

Қазір Жаңаталап ауылының жаңа цехында сапалы жылы көрпелер, киіз үйге арналған бұйымдар сұранысқа ие. Бұл өңірде шикі жүнмен Мейрамкүлден басқа ешкім айналыспайды.

Масштабтау

Есебі мықты кәсіпкердің алдағы жоспарлары да бар - ол механикаландырылған тоқыма цех ашуды жоспарлауда. Түрлі модификациялы өнімдерді тоқуға арналған тоқыма мәшинелері өте көп. Цех иесі атап өткендей, цехта жүн жетерлік, оны бояу, одан тоқылған бұйымдарды жасау, оларды нарыққа шығару қиын болмайды.

«Бизнестің жол картасы-2020» бағдарламасы бойынша Мейрамкүл Романкүлова 600 мың теңге көлемінде екінші грант алды, бұл дегеніміз Мейрамкүлдің кәсіпорынында қосымша тағы жұмыс орындары ашылады деген сөз.

Соңғы он жылда жуылған жүн мен шикі тұздалған терілерді өндіру іс жүзінде тоқтап қалған, ал бұл, әрине, Ресейде, Түркия мен Қытайда оларға деген үлкен сұраныс аясында бұл тауашалар, ұтымды қолданылса, кәсіпкер үшін зор мүмкіндік болуы мүмкін.

Дереккөз: https://baigenews.kz/analysis/reviews/kak_za_million_tenge_otkrit_vigodnii_biznes_na_sele/

Кейс «Ауылда қалай ақша табуға болады?»

Мақсаты:

- Еңбек әрекетін дамыта отырып, оқушылардың туған еліне деген сүйіспеншіліктерін арттыру.

Түркістан облысының Қоғам ауылының тұрғыны Азат Құрманбектің әулеті ерте заманнан түйе бағумен айналысады. Малдың бұл түрін бағумен әкесі, ата-бабасы да айналысқан. Сегіз жыл бұрын, әкесі қайтыс болғаннан кейін Азат отбасылық бизнесті өз қолына алды. Сол кезде қорасында барлығы 10 бас болды, бірақ микрокредит арқылы ол мал басын бес есеге арттырды. Түйе сүтін шаруа Түркістан қаласының қонақ үйлері мен киелі жерлерге зиярат жасауға келген туристерге сатады.

Азат Құрманбеков Түркістан облысының өлшемі бойынша бақуатты фермер болып есептеледі. Елу бас түйенің келесі (түйелер тобын келе деп атайды) бар, олардың әрқайсысы миллион теңгеден, он бес гектар егістік жері мен өзінің үлкен үйі бар. Осыған қарамастан, әрбір таңның атысынан кеш батқанға дейін Азат атқа отырады да, өз түйелерін бағып, суғаруға апарады, ал кешке отбасымен бірге түйе сүтін (шұбат) дайындау үшін малдарды сауады.

Түйе өсіру — тынымсыз және қиын шаруа. Бірақ Құрманбековтер отбасысы «шөлді кемелер» өсірудің барлық қырларын біледі. Үй шаруашылығында түйе 30-40 жасқа дейін өмір сүреді. Оларға әр түрлі аурулардан екпе жасап, ашық жерде жаюды қамтамасыз етуі керек. Бұл қарапайым жануар, кез-келген шөп азығымен қоректенеді, жем-шөпті іздеп түйелер үйден ондаған шақырымға кетуі мүмкін. Ересек түйелер қасқырлардан қорықпайды және қасқырларға қарсы тұра алады. Осал жері – түйелер екі жылда бір рет қана төлдейді.

Аналық түйе 12 ай бойы төлдейді, босанар алдында адамнан алыс кетуге тырысады. Жаңа туылған ботақан өте әлсіз болады. Егер қараусыз иең далада туылса - тоңып өліп кетуі немесе қасқырға олжа болуы мүмкін, сондықтан мұндай кезеңдерде бақташы шаруаға күні бойы түйелердің жанында болу керек.

Өнім

Түйені көбіне жүніне бола өсіреді, бірақ негізінен шұбат та алады. Ересек түйе күніне 12 литр сүт береді, барлығы 35 ересек аналықтан 400 литрден артық сүт алынады.

Облыс бойынша шұбаттың орташа бағасы – 400 теңге, бірақ Азат шипажай мен жеке сатып алушыларға 350 теңгеден арзан бағамен сатады.

Мақсатты аудитория

Мал өсіруші сапаға жұмыс істейді, сондықтан сатып алушылар көп, фермерге сүтті арзан және үлкен көлемде сату тиімді. Осының арқасында тұрақты тапсырыс берушілер саны өсуде. Жақында Қожа Ахмет Яссауи кесенесіне және облыстың басқа да көрікті жерлеріне баратын шетелдік туристердің сұранысы пайда болды.

Қаржыландыру

Осыдан сегіз жыл бұрын Құрманбековтер отбасында тек он түйе болған. Сүт көрші ауыл мен көршілерге сату үшін ғана жеткілікті болған. Бірақ Азат өндіріс көлемін ұлғайтқысы келді, себебі бес баланы өсіру үшін біршама қаражат керек. Бірақ табиғи өсімнің көмегімен мал басының айтарлықтай өсуіне көптеген жылдар қажет болар еді. Екінші тәсіл - жас аналықтарды сатып алу, олардың әрқайсысын 250-ден 750 мың теңгеге дейін сатып алуға фермерде ақша болған жоқ. Мәселе шешімін КМФ микроқаржылық ұйымы тауып берді, сол ұйымнан 2009 жылы Құрманбеков төлді сатып алуға кредит алды.

Ол көрші шаруашылықтарға барып, 1-2 бастан түйенің боталарын сатып ала бастады. Оларда сүт беретін ерекше тұқымдық белгілері бар. Мұндай ерекшеліктерді шаруа тәжірибелі көзбен көріп, ажыратып ала алады.

Осы уақыттан бері Азат 11 рет микронесиелерге жүгініп, әр жолы мал басы мен қарыз сомасын көбейтіп отырды. Бүгінде Азат Құрманбеков Отырар ауданындағы ірі түйе шаруашылығымен ғана емес, агроном қызметімен де айналысатын болды. Сүт сатудан түскен қаражатқа 15 гектар жер сатып алып, онда жүгері мен жоңышқа мал азығын өсіреді.

Оның отбасылық бизнесі әйел мен балалардың қажырлы еңбегі мен көмегінің арқасында өсіп келеді. Түйелерді өсіру өнерінің құпияларын Құрманбеков өз балаларына үйретеді: үш ұл және екі қызы шаруашылық бойынша әкесіне белсенді көмек көрсетіп, бұл істің мұрагерлікке өздеріне өтетінін біледі.

Дерек көз: <https://kapital.kz/business/63255/millioner-iz-aula.html>

2.5. Оқу процесінде геймификация әдісін қолдану ерекшеліктері

Геймификация – бұл салыстырмалы түрде жаңа әдіс, сондықтан ол жеткіліксіз зерделенген, сонымен бірге кең білім беру әлеуетіне ие. Ол адам өмірінің әртүрлі салаларына қатысуы мүмкін, бірақ соңғы онжылдықта ол орта мектепте сабақ өткізудің ең перспективалы инновациялық тәсілдерінің бірі ретінде қарастырылады.

Геймификация – бұл ойын емес контексте ойын элементтері мен ойын принциптерін қолдану.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығында 10-сынып үшін «Көбелек эффектісі», «Egg drop», «Жоба үшін шайқас», «Инжу сату» және т.б. сияқты бірқатар ойындар ұсынылған. Мұғалім белгілі бір тақырыптарды түсіндіруде жаңа дағдыларды меңгерту үшін, сыни ойлауды, жаңа тәсілдемелерді оқыту әдісінің практикалық бағытын қолдана алады.

Б.З. Зельдовичтің пікірінше, ойындар жаңа материалды игерудің және оқушылардың өзіне рефлексия жасаудың тиімді құралы бола алады.[15].

Белгілі бір өндірістік жағдайларға қатысуды модельдеуде ойын әрекеті оқушыларды ойлауға, алған білімдерін біріктіруге, шындыққа жақын белсенді оқу-ізденіс жұмыстарына итермелейді. Осылайша, бизнес-ойындарын қолдану теориялық және практикалық ережелердің зерттеу тәсілдемесін меңгеруді қалыптастыруға ықпал етеді. Іскерлік ойынға қатысушылардың ойын рөліне байланысты әртүрлі қызығушылықтары туындайды. Мысалы, біреуі бөлім маманы, ал екіншісі – бас директор. Келесі іскерлік ойында біреуі несие беруші, екіншісі несие алушы және т.б. рөлінде әрекет етеді, нәтижесінде қатысушылардың әрқайсысы бірдей іскерлік мәселелерді өзінің жеке позициясынан шешеді.

Сонымен бірге, адамдардың тұрмыстық іс-әрекетті алдын-ала анықтайтын объективті экономикалық заңдылықтардың әсерінен олар бір шешімге келіп, мәмлеге келуге мәжбүр. Мұның бәрі экономикалық пәндерді оқытудың кез-келген басқа әдістемелерге қарағанда оқушыларға экономикалық өзгерістердің мәнін түсінуге көмектеседі, тұрмыстық іс-әрекеттің оңтайлы экономикалық нұсқасын таңдауға бағытталған практикалық әрекеттерді жасауға ықпал етеді. 11- сынып тапсырмаларында бизнес-ойындар көрсетілмейді. Алайда, егер сабақ материалын бекіту үшін бизнес-ойын өткізу қажет болған жағдайда төменде келтірілген бизнес ойындарын пайдалануға болады.

Ойындардың ұзақтығы әртүрлі: кейбіреулері бүкіл сабақ бойы созылады, ал, енді кейбіреулері бес минуттан да аспайды, сондықтан мұғалім оларды өз қалауы бойынша сабаққа ойын әрекетін ендіре алады немесе сыныптың дайындығына және оқушылардың санына байланысты ойын жүргізушіні, ойынның орны мен уақытын таңдауға немесе оқушыларға өз еркімен ойнауды ұсына алады.

Ұсынылған бизнес-ойындар «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқыту процесінде мұғалімге әдістемелік көмек бола алады.

Мысалы, 10-сынып оқулығынан «Barter Puzzle» ойынын қарастыруға болады.

Ойынның мақсаты:

- ойын барысында бәсекелестіктің қызмет ету механизмін түсіну;
- әр түрлі бәсекелестік стратегияларды сынап көру.

Ойын барысында оқушылар бәсекелестік стратегия – бұл өз мақсаттарына жетуге көмектесетін оңтайлы шешім іздеу екенін түсінеді.

Сонымен қатар, бұл бәсекелестік қатынастардың барлық қатысушылары үшін өзара тиімді процесс – демпингілеу (бәсекелестерді ығыстырып шығару)

және әділетсіз ойнау барысында оқушылар бәсекелестердің дамуына кедергі келтіреді, сонымен бірге олар өздерін де дамыта алмайды.

Ойын ережелері:

Ойын барысында оқушылар суреттердің бөліктерін (пазлдар жинауы керек. Әр команданың пазлдарының бір бөлігі басқа командалардың қолында болады. оқушылар оларды басқа командалармен бәсекеге қабілетті қарым-қатынас жасау, алмасу, сауда және т.б. арқылы алуы керек. Өз суреттерін (пазлдарын) тезірек жинайтын команда жеңіске жетеді. Қажетті жетіспейтін пазл бөліктерін сатып алу үшін қарсы командалардың қатысушылары оларға жаңа тапсырмалар ойлап табуы керек.

Командалар: әрқайсысында 4-5 адам.

Әр команда үшін ресурстар: бөліктерге бөлінген түрлі-түсті суреттер (пазлдар). Суреттер саны ойынға қатысатын командалар санына сәйкес келеді.

Ойын барысы:

1. оқушыларды командаларға бөлу – 5 минут.

2. суреттер ретінде түрлі-түсті А4 парағында басып шығаруды қолдануға болады;

Әр командаға тапсырма суреті көрсетіліп, не жазылғанды есте сақтау керек. Қайшыны пайдаланып, әр суретті 20 бөлікке кесіңіз – пазлдар (көлденеңінен 4 сызық, тігінен 5)

3. Әр командаға суретті жинайтын бөліктердің бірдей санын (20 пазл) беріңіз. Жетіспейтін пазлдар сәйкесінше басқа командалардың қолында. Әр команданың қолында саны бірдей пазлдар бар екеніне көз жеткізіңіз – 5 минут.

4. Енді оқушылар жетіспейтін бөліктерді алу үшін басқа командалармен өзара әрекеттесуді ұйымдастыруы керек. Алмасу мен сауда-саттыққа араласпаңыз, тек кейде оқушыларды бағыттап, оларға өздері шеше алмайтын жағдайларда қақтығыстарды шешуге көмектесіңіз. Егер ойын тез аяқталса, оны жаңа раундта қайталауға болады – 20 минут.

5. *Сабақты қорытындылау*-10 минут.

Ойын «Команда қалыптастыру»

Мақсаты: команданы қалыптастыруды және команда мүшелерінің күшті және әлсіз жақтарын анықтауды үйрену.

Қатысушылар саны: 7-9 адамнан құралған командалар.

Ресурстар: ойыншылар санына қарай толтыруға арналған кестелер үлгісі

Ойын ережесі: сынып 7-9 адамнан тұратын топтарға бөлінеді.

Бос орынға үміткерлердің барлығы шеңбер жасап отырады. Командаларда жұмыс берушіні (жобаның негізін қалаушыны) таңдайды, оған карточкада оның атқаратын міндеті сипатталады: әрбір үміткерден өзін таныстыруды, өзі туралы әңгімелеуді және бос жұмыс орны несімен ұнайтынын (кез келген жұмыс орнын жүргізушінің өзі таңдайды), осы лауазымда және осы компанияда неге жұмыс істегісі келетінін түсіндіруді сұраңыз.

Уақыты 2-3 - минут. Жүргізуші қатысушыларды таныстырмас бұрын жоба негізін қалаушыдан (жұмыс берушіден) мұқият қадағалап парақтағы әрбір

үміткердің тұсына белгі салуды сұрайды, себебі бұл қатысушыларды бөлу кезінде пайдалы болады. Одан әрі компанияның иесі былай дейді:

«Енді сіздің әрқайсыңыз бланкідегі кестенің сол бағанында басшы/менеджер/бухгалтер/дизайнер және т.с.с. жұмысына қажетті 5-7 жеке тұлғалық қасиеттерін жазуы тиіс». Барлығы 2-3 минут жазады. «Енді оң жақ бағанада сіздердің барлықтарыңыз ортақ пікірге келіп, барлық топ келісетін жеке тұлғалық қасиеттерді жазуыңыз керек. Дауыс беруге тыйым салынады, яғни барлығыңыз ортақ келісімге келуіңіз керек». Әрі қарай компания иесі «осылай болсын...» деп кім айтатынын, кімді тыңдайтынын (көшбасшылық) қадағалау керек. Талқылау 7-8 минутқа созылады. Содан кейін компанияның негізін қалаушы: «Біреуіңіз шығып, барлығыңыз бірге жасаған қасиеттердің тізімін оқып шығыңыз», - дейді де, кім жауапкершілікті алып ортаға шыққанын бақылайды. «Ал енді әркім сіз бірге жасаған қасиеттердің контекстінде өзіңіз туралы айтып беріңізші, мысалы: *«мен жауапты адаммын, өйткені..., бұл мынадан көрінеді..., оған мысал ретінде... келтірсем болады.»* Компанияның негізін қалаушы кім сенімді айтып отырғандығын байқауға тиіс. Әдетте, егер қандай да бір қасиет әлсіз ашылған болса, кандидатқа ештеңе айтудың қажеті жоқ, ол мысалдар да келтіре алмайды.

Үміткерлердің сөздерін тыңдап, компанияның негізін қалаушы (егер уақыт мүмкіндік берсе) келесі мәселені шешуді ұсына алады: «1,5 күн ішінде 1,5 тауық 1,5 жұмыртқа туды. 3 күн ішінде 3 тауық қанша жұмыртқа туады» (Жауабы: 6-ға тең). Шешімге 3-4 минут беріледі. Содан кейін әрқайсысы кезек бойынша өз жауабын айту керек. Жауаптар әртүрлі болады: 3, 6, 9, шешім жоқ. «Есеп таза математикалық болғандықтан, оның бір ғана дұрыс шешімі болады. Сіз 5 минут ішінде ортақ пікірге келу керек», - деп айтуыңыз керек. Егер ортақ шешімге келмесе (бәрі өз пікірінде қалса), онда жауабы 6-ға тең деп айтыңыз. «Енді 6 деген жауабы барлар, басқа жауаптары бар адамдарға қалайша 6 шығатынын түсіндіреді». Қатысушылардың түсініктемелері мен реакцияларын қадағалап және үміткерлердің бос жұмыс орнына кім келетіні туралы дәлелді қорытынды жасау керек. Әр адамға бос жұмыс орнына неге бас тартылғанын немесе келісімнің берілгенін түсіндіру керек.

Ойынның қатысушыларынан ойын кезінде өз эмоцияларын айтып, қандай қорытынды жасағандарын сұраңыз. Жұмыс беруші қандай қорытынды жасады? Ол үміткерлерді іріктеу кезінде не нәрсеге назар аударатын болады? Қатысушыларға ойын несімен пайдалы болды?

Дерек көз: <https://hrhelpline.ru/30-igr-dlya-sozdaniya-komandy-igra-vozmozh/>

Ойын «Компанияның ұжымдық құрылымын модельдеу»

Мақсаты: ағымдағы ұйымдық құрылым мен бөлімшелер арасындағы өзара іс-әрекет процестерін бірлесіп ұғыну. Ұйымның қалай жұмыс істейтінін жалпы түсіну және жетілдіру бойынша ұсыныстарды әзірлеу.

Ойын ережесі: қатысушылардың әр тобының міндеті – кез келген қолда бар заттарды: телефондар, кілттер, визиткалар – ой-қиялыңыз жеткеннің барлығын пайдалана отырып, олардың бөлімшелерінің ұйымдастыру құрылымын және өзара іс-қимыл сызбасын құру болып табылады. Ұзақтығы:

10-15 мин. Әр команданың 5-10 минут аралығында жасаған шығармашылық нәтижелерін ұсынуын сұраңыз.

Барлық презентациялар аяқталғаннан кейін қатысушыларға келесі сұрақтарды талқылауды ұсыныңыз: барлық қатысушыларда ұйым туралы ортақ түсінігі бар ма? Келіспеушіліктер қайда жатыр? Қандай проблемалы аймақтар бар? Жұмыс тиімділігін жетілдірудің қандай нұсқаларын қарастыруға болады?

Дерек көз: <https://hrhelpline.ru/poleznye-materialy-na-temu-kadrovogo-upravleniya-i-liderstva/page/14/>

Ойын «Жеке коммуникацияның тиімділігі»

Мақсаты: басқаларды тыңдау және өз көзқарасының әділдігіне сендіру, тиімді қарым-қатынастың жеке тәсілдерін қалыптастыру.

Қатысушылар саны: 5 адамнан құралған топтар.

Ойын ережесі: сынып 5 адамнан құралған топтарға бөлінеді.

Әр топта ешқандай жазбалар мен белгілер жасамай, бір-біріне есіне қалғаны бойынша берілетін мәтін оқылатыны хабарланады. Осыдан кейін шеңберде бес адамның біреуі қалады, ал төртеуі есік сыртына шығады. Оған келесі мәтін оқылады:

«Бір күні Жиренше ханның үйінде отырғанда бір адам ханға сыйға бір піскен қаздың етін алып келген екен. Сонда хан Жиреншеге:

— Сен сөзге де шеберсің және әр нәрсенің бәріне де шебер шығарсың, мына қаздың етін мен, ханым, екі ханзада, екі қаныкей, өзіңмен жеті адамға бірдей қылып бөлші, - депті.

Сонда Жиренше ойланбай, пышағын қынынан суырып алып, әуелі қаздың басын кесіп алып:

— Міне, сіз әрі хансыз, әрі халықтың басысыз, бұл басты сіз тұрғанда кім жейді? — деп, басты ханға беріпті. Екі аяғын кесіп алып, екі ханзадаға: «Сіздер атаңыздың ізін басып, хан боларсыздар», - деп, екі ханзадаға береді. Екі қанатын кесіп алып: «Сіздер жатжұртқа барсаңыздар, осы екі қанатпен ұшып барарсыздар», - деп, екі қанатын екі қаныкейге береді. Қаздың құйрық жағын кесіп, бәйбішеге: «Сіз әрі ханымсыз, әрі бәйбішесіз, бұл – қаздың жаясы. Бұл жаяны сіз тұрғанда, кім жейді?» - деп, ханымға береді.

— Мен бас жейтін хан емеспін, жая жейтін ханым емеспін, аяқ жейтін ханзада емеспін, қанат алатын қаныкей емеспін, маған қаздың ортасы да жарайды, - деп, қаздың бар етін алып, үйіне жүріп кетіпті».

Содан кейін екінші қатысушы шақырылады, біріншісі оған есте қалғандардың барлығын хабарлайды. Үшінші қатысушы шақырылады және т.с.с. Ойын шарты бойынша мәтін барлық бес қатысушы қайталанғанша жалғасады.

Содан кейін әр түрлі топтардан басқаларды тыңдап болған соңғы қатысушыларға, өз мәтінін басқалармен бөлісуді сұраңыз және топтың барлық қатысушыларына мәтіннің түпнұсқасын ұсыныңыз немесе оқыңыз, оқушылар соңғы мәтінді түпнұсқамен салыстырсын. Қатысушыларға өз әсерлерімен, ойынның қай тұсы пайдалы екендігі туралы қорытындыларымен, ақпаратты беру және табысты коммуникация туралы қандай тұжырымдар жасауға

болатындығы туралы пікірлерімен бөлісуді ұсыныңыз. Топтарда қатысушылар осындай жағдайлардағы табысты қарым-қатынас ережелерін құрастырсын және топтар арасында өз ойларымен бөліссін. Бұл дағдының қай жерде қолданылуы пайдалы болатынын сұраңыз және жұмыста тапсырманың мәнін түсініп, өз ойын тұжырымдап жеткізу маңызды екеніне мән беріңіз.

Ақпаратты қабылдауда қателер пайда болады, себебі қатысушыларға ұсақ-түйектерге тым көп көңіл бөлуіне, ақпаратты жүйелеуге қабілеттілігіне, берілген ақпаратқа өз түсіндірмелерін енгізуі кедергі келтіреді. Нәтижесінде, біз ойлаған нәрсе, біз айтып отырған нәрселерге сәйкес келмейді. Ал тыңдап отырған әңгімелесуші еститін нәрсе оның түсінетінімен және біз ойлаған және айтқанымен сәйкес келмейді. Оқушылар жетіспейтін ақпаратты өздері толықтырады, түсінбеген жерлерін алып тастайды.

Дерек көз: <https://moluch.ru/archive/102/22416/> Упражнение «Слепое слушание»
<https://bilim-all.kz/article/3979>

Ойын «Мүмкіндіктер»

Мақсаты: - дизайн-ойлау әдістемесінің дағдыларын қолдану арқылы стартап идеяларды қалыптастыру.

Қатысушылардың саны: шағын топтар (5-10 адам).

Ресурстар: матадан және қағаздан жасалған майлықтар.

Сурет 1



Ойын ережесі: 5-тен 10 адамға дейінгі құралған әр топқа бір бірден майлықты таратыңыз. Кезек бойынша әрбір қатысушы майлықты дастарханда қалай безендіріп, пайдалану керектігін көрсетуі тиіс.

- 1) көрсетушіге сөйлеуге болмайды.
- 2) ол тұрып көрсетуі керек.
- 3) демонстрация шынайы сипатта болуы тиіс.

Қүтілетін нәтиже: қатысушылар майлықтарды пайдалану мүмкіндіктерінің шексіз санының тәжірибесін алмасады, бұл оларға проблемаларды шешудің, ресурстарды пайдалану, команданы ынталандыру тәсілдері және т. б. шексіз жолдары бар екенін ұғынуға мүмкіндік береді.

Дерек көз: <https://hrhelpline.ru/30-igr-dlya-sozdaniya-komandy-igra-vozmozh/>

Ойын «Жарнамалық акция»

Мақсаты: қарым-қатынастың белсенді стилін меңгеру және топта бәсекелестік қарым-қатынасты және сонымен қатар әріптестікті дамыту; дербестікті, шығармашылық тәсілді дамыту; жарнамалау, көз жеткізу қабілеттеріне жаттығу.

Ресурстар: қағаз парақтары, фломастерлер.

Ойын ережесі: ойыншылардың алдында жаңа өнімнің - «ЭХОПеН» қаламдарының жарнамалық науқанын өткізу міндеті қойылған. «ЭХОПеН» қаламы, онымен жазылған барлық нәрселерді есте сақтайды. Одан әрі бұл ақпарат дербес компьютерге жазылуы мүмкін. Өнім енді нарыққа шығады, сондықтан әлеуетті сатып алушылар ол өнімді біле бермейді.

Оқушыларды 5 топқа-фирмаға бөліңіз. Әр фирма өзінің атауын, ұранын және т.б. ойлап табуы тиіс. Оқушылар топтың ішінде рөлдерді бөлуі тиіс: біреуі баспадан шығатын жарнама дизайнын (парақшалар, плакаттар) дайындау керек; екіншісі – радио немесе теледидар үшін жарнама; үшіншісі Instagram-да жарық көретін осы тауар туралы пост дайындау керек. Әр рөлді бірнеше қатысушы да орындай алады, содан кейін олар дизайн, жарнама және пост мәтінін бірге дайындайды.

Дайындық аяқталғаннан кейін топ өзінің тауарын таныстыруды ұсынуға тиіс. Сынып үздік таныстырылымға дауыс береді.

Әр топтың таныстырылымын тыңдамаса бұрын барлық оқушылардан жобаны табысты таныстыру критерийлерін еске түсіруді, сондай-ақ стартап-жобаның кезеңдерін және осы тақырып бойынша өткеннің барлығын еске түсіруді сұраңыз. Табысты презентация критерийлерінің кестесін және балл есептеу жүйесін құрыңыз. Командалардың таныстырылымы аяқталғаннан кейін қорытындыларды талқылаңыз. Неге олардың ойынша, басқа емес дәл осы команда жеңді деп санайды. Олар қандай қорытынды жасай алады?

Дерек көз: http://storage.elib.mgup.ru/8/Zeldovich_11.pdf. С. 185-186

Ойын «Креативті ойлауды қалыптастыру»

Мақсаты: өткен тәжірибелерден бас тартуға мүмкіндік беретін рефрейминг әдістемесін тәжірибеде игеру және зерттеу пәнін жаңаша, әр түрлі белгілер бойынша көруге, ойыншыларға ішкі кедергілерді, басқа адамдардың алдында қорқыныш пен сенімсіздікті жеңуге көмектесу, ойын барысында әр түрлі адамдардың бір мәселеге қатысты өздеріне тән тәсілдерінің айырмашылықтарын көрсету, проблеманы шешудің қазіргі әдістері мен тәсілдерін қарастыру.

Ойыншылардың саны: сынып екіге бөлінеді.

Ресурстар: ватман парақтары, бояулар, қарындаштар, фломастерлер, түрлі-түсті мата кесінділері, париктер және басқа да қарапайым театр атрибуттары.

Ойын ережесі: оқушыларға «рефрейминг» деген не екенін түсіндіріңіз. «Рефрейминг» - бұл басқа мән беру үшін жағдайға көзқарасты өзгерту. Рефреймингтің мәні - түрлі перспективалардан немесе түрлі контекстерден заттарды көру. Рефрейминг - шығармашылық ойлаудың ажырамас бөлігі. Басқа адамдардың шынайылығын түсіну үшін әлемге олардың көзімен қарауға үйрену керек — онсыз тиімді қарым-қатынас жасау мүмкін емес. Белгілі бір

сенсорлық сезімталдықпен үйлескен сұхбаттасушыға ашық көзқарас оның мінез-құлқының негізінде жатқан біздің дұрыс, немесе дұрыс емес деген пікірлерімізбен сәйкес келе бермейтін түсініктерді анықтауға мүмкіндік береді. Кез келген мінез-құлық, жағдай немесе оқиға рефреймингке ұшырауы мүмкін. Оқиғаның мәнмәтінін өзгерту арқылы оған жаңа мағына беруге болады.

Топтарды жұптарға немесе 3 адамнан бөліңіз. Әрбір шағын топта серіктестер 10 минут ішінде бір-бірімен өзі туралы ақпаратпен алмасып сөйлескен кезде адамның өзіне жағымсыз, кедергі келтіретін әдет не мінез-құлқын айтуы тиіс. Содан кейін 10 минут ішінде жұптың әрбір қатысушысы сол қасиеттерді жақсы жағынан көрсететін өз көзқарасын дайындау қажет болады. Мысалы:

- баяу қимылдау терең ойлану және материалды асықпай жан-жақты зерделеуге негізделген; батыллықтың жетіспеуі - өзін-өзі қорғаудың белгісі, авантюризмнің болмауы;

- жан-жақтылық ол өмірге деген қызығушылықтың көрінісі, білім мен біліктіліктің әмбебаптығына ұмтылу;

- идеал, туындыны ойлап табу немесе нәрселерді жасап шығарушы болуды білдіреді.

Топтар тағы 15 адамнан бірігуі керек және жиналған қасиеттер мен олардың жағымды жақтарын талқылауы керек. Содан кейін олар қайта ойластырылып өзгерген қасиеттерді екінші топқа ән, театр қойылымы, монолог, сурет, комикс және т.б. түрінде максималды жақындатып көрсетуі тиіс. Рефреймингтік төңкеріс күшті болған сайын және серіктеске қатысты тапсырма эмпатиялық болған сайын, ойынның нәтижесі де соғұрлым табысты болады.

Оқушылармен мәселенің қаншалықты жаңа қырынан көрінгенін талқылаңыз. Олар бұрын-соңды осындай өзін-өзі бағалау мүмкіндіктері бары туралы ойланды ма? Олар көрген нәрселеріне қалай қарайды? Тапсырма оларға несімен ұнады? Оның қиын тұсы қай жерде болды? Олар серіктеспен жұмыс істеу барысында және жолдасынан алынған материалдан өзіне не алды?

Дерек көз: http://storage.elib.mgup.ru/8/Zeldovich_11.pdf. 207-209 б

Ойын «Инжу-маржан сату»

Сабақ мақсаты:

- тәжірибе жүзінде сұраныс пен ұсыныс заңымен танысу;
- ойын түрінде сату техникасы мен тауар бағасын қалыптастыру білімін

қолдану.

Ойын барысы: тәжірибе жүзінде сұраныс пен ұсыныс заңымен таныстыру. Ол үшін командаларға бөлінген 4 раундтан тұратын сатушылар мен сатып алушылар ретінде ойынға қатысу қажет болады. Бүгінгі саудадағы сіздің тауарыңыз қымбат және сирек кездесетін інжу-маржандар болады.

Ойын ережесі:

Сатып алушылар мен сатушылардың тең топтарға бөліне отырып, сіз мұғалімнен інжу-маржанды сатушылар үшін ұсынылған сату құнын (сіз осы

құннан төмен тауарды сатуға тиіс емессіз) және інжу-маржан сатып алушылар үшін ұсынылған сатып алу құнын (сіз осы көрсетілген құннан жоғары сатып ала алмайсыз) аласыз. Қысқа уақыт ішінде сатушылар командасының әрбір мүшесі сатып алушылар командасының мүшесімен сату бағасы туралы уағдаласу қажет. Әрбір сатып алушы тек 1 інжу-маржанды сата алады, әрбір сатушы тек 1 інжу-маржанды сатуы керек. Сатушы інжу-маржанды сатып алушыға берген кезде, ал сатып алушы сатушыға құны көрсетілген қағаз берген кезде мәміле аяқталған болып есептеледі. Мәміле уақыты аяқталғаннан кейін мұғалімге келісілген сауда құнын айтуы қажет. Екінші, үшінші және төртінші раундты өткізу туралы ақпаратты сабақ кезінде оқытушы өзі жариялайды.

Командалар:

Топта бірдей оқушылар санымен бөлінген сатушылар тобы мен сатып алушылар тобы. Команданың әр қатысушысында әр түрлі құзыреттіліктері бар топтарды қалыптастыруға тырысыңыз.

Әр команда үшін ресурстар:

Мәміле бағасын белгілеу үшін карточкалар, виртуалды інжу-маржан

Бекіту сұрақтары: Сіз ойыннан не түсіндіңіз?

- неге сатушылар өз тауарларын барынша жоғары бағамен сатқысы келеді, ал сатып алушылар барынша төмен бағамен сатып алғысы келеді?

- сұраныс пен ұсыныстың 3-ші және 4-ші раундта қалай жылжитынын ойланып жауап беріңіз?

- ойын барысында командаға қатысушылардың әрқайсысы қандай құзыреттілікке ие болғанын ойлаңыз. Ойын кезінде командадағы рөлдерді неге өзгерттіңіз? Осыдан қандай қорытынды жасадыңыз?

- сабақ қорытындысын шығарыңыз: тапсырмадан қандай қорытынды жасадыңыз?

- алынған қорытындыларды одан әрі пайдалана аласыз ба? Қалай?

Ойын «Идеялар матрицасы»

Мақсаты:

- бизнес үшін жаңа идея ойлап табу және оны сыныпқа ұсыну;
- өз мүмкіндіктерімен бизнес үшін идеяны салыстыру.

«Идеялар матрицасы» ойыны – шығармашылық қоқыстарға арналған керемет тазалағыш құрал. Ол оқушыларды берілген тапсырмаға шығармашылық тұрғыда қарауға, тривиал емес (таптаурын емес) қадам жасауға үйретеді. Бизнесменнің бизнес жасауға ынтасы болып, бірақ қандай өнімді немесе қызмет түрін ұсыну туралы идеясының болмауы жиі кездеседі.

Бүгінгі «Идеялар матрицасы» ойынында болашақ кәсіпкерлер жасампаз болуды және берілген тапсырмаға тривиал емес қадам жасауды үйрене алады. Ойын ережесі оқушылар командаға бөлінеді. Олар қарапайым сөздер жазылып, алдын-ала дайындап қойған екі карточканы бірнеше карточкалардың ішінен (арасынан суырып алса болады) алады. Әр команда сабақ үстінде, бес минуттың ішінде карточкада жазылған сөзге қатысты бизнес-идея ойлап тауып,

оны жан-жақты ойластырғаннан кейін сыныпқа таныстырады. Мұғалім осы идеялар бойынша нақтылайтын өлшем шарттармен тағы екі кезең өткізеді. Соңғы презентация нәтижесі бойынша сыныптастарының ең көп дауыс жинаған команда жеңіске жетеді. Ресурстар ішкі жағына қарапайым сөздер жазылып, алдын-ала дайындалып шығарылған карточкалар ұсынуға болады.

Кесте 2

бәтеңке	жүк көлігі	магнитофон	кілем	дәптер
сақина	сиыр	телефон	картон	банан
бояу	кесе	пернетақта	таблетка	автомобиль
ас үй	сағаттар	пакет	фотоаппарат	сүлгі

Өз сөздеріңізді де жазсаңыз болады. Ең бастысы, ол қандай да бір затты білдіретін зат есім болу керек.

Команда құрамы

Оқушылар саны тең 3-4 команда. Бір командада ең дұрысы 3-5 адам болу керек. Команда құрамын тәжірибесі әртүрлі оқушылардан құруға тырысыңыз. Команда құру үшін оқушыларды командаға бөлудің кез келген әдісін қолдануға болады.

Ойын барысы

Оқушыларды командаға бөлу – 3 минут. Екі оқушы барлық карточканың арасынан кездейсоқ бір карточканы алады. Карточкада жазылған сөзді оқып, оны тақтаға жазыңыз. Сөздер бір-бірімен мағынасы жағынан немесе қасиеті жағынан мүлдем байланысты болмауы керек. Әр команданың тапсырмасы – 3-5 минутта карточкада көрсетілген, бір-бірімен байланыспайтын заттардың сипатын немесе қасиетін пайдаланып жаңа бизнес-идея ойлап табу. Әр идеяны бір минутқа жеткізбей айтып шығуларын сұраңыз. Барлық презентация аяқталғаннан кейін оқушылардан егер жеткілікті ресурс (ақша, білім, тәжірибе, дағдылар, таныстар) болса осы командамен бірігіп осы идеяны ертең-ақ жүзеге асыра аласындар ма деп сұраңыз.

Бастапқы идеялары туралы қайта ойлану үшін әр командаға қосымша 3-5 минут беріңіз. Командалық жұмысты тағы бір рет өткізіп, алғашқы идеяларын ертеңнен бастап кететіндей қайта қараңдар деп тапсырма беріңіз.

Әр идеяны бір минутқа жеткізбей түсіндіріп беруі керек. Қызықты бизнес-идеяны табу – өте қиын. Оқушылар нұсқаулықтың алғашқы төрт қадамын орындау кезінде ғана оған қол жеткізе алды. Енді командалар идеяларын шынайы өмірде жүзеге асырған кезде қандай қиындықтарға тап болатынын елестетіп, оны энергия және ресурс шығыны тұрғысынан сараптауға талпынды. «Нұсқаулықтың алтыншы қадамын орындау кезінде идея қалай өзгерді?», «Не үшін деп ойлайсындар?» деген сұрақтар қойыңыз.

Талқылау аяқталғаннан кейін ойынның осы кезеңіндегі бизнес-идеяны өмірімнің алдағы 20 жылында айналысатын ісім деп елестетіп көруді ұсыеныңыз. «Бұған дайынсындар ма?», «Идеяда тағы нені қайта қарау керек?», «Оны тағы қалай жақсартуға немесе өзгертуге болады?» деп сұраңыз.

Оқушылардың осындай сұрақтардан кейін идеяларын толықтай қайта қарауға қызығушылықтары оянады. Осы идеялар туралы қайта ойланып көру үшін әр

командаға қосымша 3-5 минут беріңіз. Бұл бизнес алдағы 20 жылда айналысатын істерің болады деген шартпен осы идеяны қайта қарап шығындар деп, командалық жұмысты тағы бір жүргізіңіз. Әр идеяны бір минутқа жеткізбей айтып шығуларын сұраңыз. Соңғы кезеңді орындау кезінде идеяның қалай өзгергені туралы сұрақ қойыңыз. Әр команданың соңғы идеясын талқылап, ең үздік идеяға дауыс беріп, жеңімпаз команданы анықтаңыз.

Қорытындылау:

Оқушылар ойын нәтижесінде әрқайсы 3 минутта бір-бірімен байланыспайтын екі сөзге сүйеніп бизнеске арналған жаңа идея таба алғандарын ұғыну керек. Осы арқылы жаңа бизнес-идеяны жасау кез келген креативті ойлана алатын адамның қолынан келетін іс екенін түсінеді. Оқушылар идея ойластыру кезінде командалық жұмыстың артықшылықтарын да бағалай алуы керек. Оқушыларға екі сөз арқылы бизнес-идея ойлап табу керек деген тапсырма берген кезде ол айтарлықтай инновациялы әрі күрделі болып көрінеді.

Шарт күрделеніп, команда идеяны жүзеге қалай асыру керегі жайлы ойланған кезде бастапқы идея өзгеріп, жеңілдей түсті. Бизнес-идеяны өздеріне, өз мүмкіндіктеріне шақтау керек болғанда оқушылар оған көбірек өзгеріс енгізуге тырысу керек. Басында идея туындаған сәттен бастап оны біржола жүзеге асырғанға дейін кәсіпкер дәл осындай жолдан өтеді. Енді сіздерде көптеген әртүрлі факторларды есепке ала отырып бизнес-идеяны түрлендіру тәжірибесі, сондай-ақ бизнес-сарапшылар тәжірибесі бар. Ойынның бірінші кезеңінде «таблетка» + «пернетақта» сөздерімен берілген тапсырманың мүмкін болатын жауаптарын түсінуге мысалдар беріледі.

1-мысал. Таңдалған сөзден команда бизнес-өнім, яғни әр перне басқан кезде саусақтарды тері құрылымын нығайтатын дәрумен мөлшері бөлініп шығатын микросаңылаулармен жабдықталған перне-таблеткалардан жасалған пернетақта ойлап табуы мүмкін.

2-мысал. Екінші команда таблеткаларды қабылдау ретін есіне сақтай алмайтын адамдарға арналған пернетатқа пернесінің пішініндегі таблеткалар ойлап табуы мүмкін. Дәрігер сырқатқа «сауығып кетіңіз» пішініндегі таблеткалар жазып береді. Сырқат бірінші күні «С» әрпін, екінші күні «А» әрпін, т.с.с. ішіп тұрады.

Сабақ соңында келесі сұрақтар қойыңыз:

1. Өз идеяңыздың бірінші нұсқасын соңғы нұсқамен салыстыруға тырысыңыз, ең маңызды айырмашылықтар неде? Сіздің бизнес идеяңызды раундтан раундқа қалай өзгертуге болады?

2. Сабақтың қорытындысын шығарыңыз: тапсырмадан қандай тұжырымдар жасадыңыз?

3. Алынған қорытындыларды одан әрі пайдалана аласыз ба? Қалай? Командалардың барлық кезеңде әр топ үшін әртүрлі немесе әр кезең үшін жаңа сөздер емес, барлық кезеңде ортақ болатын екі сөзді пайдаланғаны өте маңызды.

Қорытынды

Ойын оқушыларға бәсекелестік қарым-қатынас стратегиясын құрудың қаншалықты маңызды екенін, команданың көшбасшысы қандай рөл атқаратынын және өз командасын жетістікке жету үшін қандай қасиеттерге ие болу керектігін көрсетуі керек. Сондай-ақ, олар проблемаларды шешу процесі қаншалықты оңай болмайтынына және командалық жұмыс пен бәсекелестердің іс-қимыл логикасын түсіну маңызды рөл атқаратынына көз жеткізе алды.

Сонымен қатар, командадағы басқа ойыншыларға, бәсекелестер мен серіктестерге қатысты келіссөздер, қарым-қатынас және эмпатия дағдыларының маңыздылығы негізгі қорытынды бола алады.

Ойындар және жазғаяттарды модельдеу

Дидактикалық ойын – тартымды, өйткені онда оқыту, тәрбие және ойын элементтері бар. Оқыту кезінде геймификацияны пайдалану педагогикада ертеде қабылданған және қазір ол кеңейе түсуде. Ойындар адам әрекетін шынайы өмірде сәтті қолданылатын белгілі жағдай рөлімен модельдеуге мүмкіндік береді. Симуляциялық ойындар ойын жаттығуларына назар аударуға мүмкіндік беретін шындық моделінің кейбір аспектілерін жасайды. Мысалы, екінші тоқсанда компанияны тіркеу процесін зерттей отырып, ойыншылар әртүрлі аспектілерден абстракцияланады, ал ойын барысында құжаттаманы дайындаудың және белсенді тіркеу әрекеттерін жүргізудің мұқияттығы, қателерді анықтауға дайын болу, қайта тіркеуді түзету, тіркеуші орган мен кәсіпкердің қарым-қатынасын талдау туралы түсінік күшейтілуі тиіс.

Рөлдік ойын нақты бір жағдайда қандай да бір тұлғаның бейнесін және мінезін өлшеп көруге және өзі қалайтын немесе жобалайтын мінез-құлық үлгісін қабылдауға мүмкіндік береді. Рөлдік ойын кейбір өмірлік тәжірибенің кескіні болатынына қарамастан, көп жағдайда импровизациялау элементі байқалады. Рөлдік ойынның басты мақсаты қатысушыларға бұрын кездеспеген жаңа өмірлік жағдайда немесе уақиғада өздерін кескендеу.

Рөлдік ойындар жағдайды түсіну, эмпатия сезімін тәрбиелеуге, яғни процеске жұмылдырылған басқа адамдардың сезімдерін түсінуді жақсартуға ықпал етеді. Рөлдік ойын симуляциялық сияқты қысқа қойылымдардан тұрады. Олардың ерекшелігі қатаң жазылған сценарийдің жоқтығы және жоғары деңгейдегі импровизацияның болуында. Рөлдік ойындардың пайдалылығы ол барлығы тез, әрі болжамсыз шынайы өмірдегідей болады. Олар жауап беруде жеңіл болмайтын сұрақтар қояды. Мысалы, қызметкердің жүріс-тұрысының дұрыстығын бағалайтын аспектілермен байланысты. Қатысушылардың рөлдермен алмасуы жағдайды кешенді объективті түсіну үшін жақсы әсер етеді. Қатысушыларды ақпаратты үнемі және сыни түрде қайта ойлау қажеттілігін түсінуге бағыттау керек.

Жазғаятты симуляциялауды (модельдеу) барлық қатысушылар қатысатын кеңейтілген рөлдік ойын ретінде елестетуге болады. Бұл өзінді қауіпсіз оқу жағдайында қиын жағдайда сынап көру мүмкіндігі. Симуляция әдетте элемент ретінде эмоционалды еліктіруден тұрады. Оқу процесінде ақыл,

жүрек, қол тұтастықта, бірлікте қызмет арқарады. Барлық жоғарыда аталған әдістемелерде және осы әдістемеде қорытынды шығарылады. Ол - дебрифинг деп аталады.

Бұл жаттығу барысындағы қатысушылар алған сезімдерін түсіну, әрекеттерді және оның себептерін талқылау, қабылданған шешімдердің дұрыстығын бағалайды. Мұғалімнің міндеті оқушылар өз өмірінен өткізген тәжірибелерді және заманауи өмірдегі шынайы жағдайлармен параллель жүргізе алатын кеңістік пен уақытты ұйымдастыру.

Рөлдік ойындар және жағдаяттарды модельдеудің (симуляциялау) мақсаты - кәсіпкерлік қызмет жолындағы қиындықтарды жеңу. Модельдеу шеңберінде кәсіпкерлік қызметпен байланысты жаттығулар және ойындарды орындай отырып, оқушылар ішкі сезімдер және эмоциялармен жұмыс істеуді үйренеді, өздерінің күшті және әлсіз жақтарын табу мен өздеріне бақылау шаралар жасаудан қорықпайды. [16]

Мысалы, бір нарықта ұқсас тауарлар сататын басқа кәсіпорындармен бәсекелестік жағдайын модельдеу арқылы немесе бизнес менеджментінің барлық аспектілеріне қатысты шешімге жауапкершілік қабылдау немесе бизнесті жүргізуді модельдеуде, оқушы күйзеліс жағдайына түседі, ол ойлау тиімділігін немесе топ мүшелері арасындағы коммуникацияны тоқтатады. Бұл шешімдер маркетингтік және өндірістік қызметке және т.б. қатысты өнім шығару және маркетинг бизнесті қаржыландыруға немесе шығындарға қатысты болуы мүмкін және процесс барысында оқушы кенеттен ойлаудың тиімділігін немесе топ мүшелері арасындағы коммуникацияны тежейтін кейбір стрессті сезінеді. Мұғалімнің міндеті ойын/модельдеу/симуляция өткізу үшін қолайлы жағдайлар туғызу, *дебрифинг* шеңберінде жаттығуларды орындау кезінде болған барлық болған жайтты талқылау, мәселені түсінуге және бірге шешім қабылдауға жетелеу.

2.6 Кәсіпкерлік және бизнес негіздері пәнін оқытуда STEM - білім беру

STEM - білім беру дегеніміз оқытудың біріктірілген тәсілі. Бұл тәсіл аясында академиялық ғылыми-техникалық тұжырымдамалар шынайы өмір контексінде зерттеледі. Бұл тәсілдің мақсаты – мектеп, қоғам және бүкіл әлем арасында STEM сауаттылықты дамытуға және әлемдік эконономикадағы бәсекеге қабілеттілікке ықпал ететін нық байланыстарды орнату. STEM - білім берудің біріктірілген тәсілі, оның шеңберінде академиялық ғылыми-техникалық тұжырымдамалар шынайы өмір контексінде зерттеледі.

Қазақстанда білім және ғылымды дамытудың 2016-2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы аясында STEM контексінде мектептегі білім берудің мазмұнына өту белсенді дами бастады. STEM - білім беру оқу мен мансапты қосатын көпір болып табылады. Оның тұжырымдамасы балаларды технологиялық тұрғыдан дамыған әлемге дайындайды.

STEM-білім берудің артықшылықтары: сыни тұрғыдан ойлау, ғылыми-техникалық білімді күнделікті өмірде пайдалану, белсенді қарым-қатынас құру, командамен жұмыс жасау, техникалық пәндерге қызығушылықтарын арттыру, жобаларға креативті және жаңаша көзқарас, оқу мен карьераның ұштасуы.

STEM- білім берудің негізгі мақсаты – оқушылардың білу және істей алу қабілеттерін өнертапқыш шешімдер, зерттеушілік қызметтер, тәжірибелік форматтарда көрсету. STEM - білім беру оқушыларды алған білімдерін қоршаған орта процестерімен байланыстыруға және жобалық ойлауына мүмкіндік береді.

STEM- білім беруде күтілетін нәтиже – оқушылардың функционалдық сауаттылықтары, олардың өмірлік және кәсіби перспективалары, өз күштеріне деген сенімділік. STEM білімі беру – STEM сыныбында немесе кез-келген пәнге жеке енгізілуі мүмкін. Жаратылыстану математикалық бағытындағы пән сабақтарында STEM білім беруді тікелей жүзеге асыра алады. Ал, жалпы гуманитарлық бағыттағы пән сабақтарында оқушылар өздерінің әлеуметтік зерттеулерінің құрастыру желісін жобалай алады [17].

Кәсіпкерлік және бизнес негіздері пәнінен оқушылар өз туындылары мен өнертабыстарын ойлау, зерттеу процестері арқылы жүзеге асыра алады. Мысалы: әлемдік деңгейде робототехника, құрастыру, бағдарламалау, үлгілеу, 3D-жобалау және тағы басқа – бұның бәрі қазіргі оқушыларды қызықтырады. Бұл қызығушылықтарды жүзеге асыру үшін неғұрлым күрделі дағдылар мен құзыреттерді дамыту қажет. Қазір оқушының білуі мен істеуі ғана емес, сонымен қатар зерттеу және жаңаны ойлап шығаруы маңызды. Ғылым, математика, технологиялар және инженерия сияқты басты академиялық салаларда бір мезгілде даму керек, оларды STEM (science, technology, engineering and mathematics) деген бір сөзбен біріктіріп атауға болады

2.7 Ойлау дизайны және кәсіпкерліктегі SWOT-талдау әдісінің сипаттамасы

Дизайн ойлау- кейінгі уақытта қоғамда жаппай қолдана бастаған жаңа бағыт. Алайда, практикада бұл әдістің қолдануына 50 жылдан астам уақыт болды. Бұл әдістің ерекшелігі - әртүрлі салалардағы мамандарға пайдаланушылардың қажеттіліктерін түсінуге және олар үшін креативті шешімдерді ойлап табуға көмектесетін әмбебап құрал болып табылады.

Дизайн ойлау технологиясының прототипі 1950-1960 жылдары дамыған шығармашылық әдіс. Дизайн туралы ойлау тәсілі ретінде Герберт Саймон 1969 жылы алғаш рет «The Sciences of the Artificial» кітабында жазған. Дизайн ойлау әдісі 1980 жылдары тұжырымдалды. Кейінірек IDEO негізін қалаушы Дэвид Келли дизайн ойлау әдісін бизнес қажеттіліктеріне бейімдей бастады. [18]

Дизайн ойлау – бұл жаңа өнімдер мен шешімдерді құрудың ерекше тәсілі. Оның аясында болашақ пайдаланушылардың сұраныстары мен

қажеттіліктеріне көп көңіл бөлінеді. Жаңаны ойлап табу және дизайн ойлаудың негізгі принциптері:

- адамдардың тәжірибесін толық зерттеу;
- мәселеге біржақты қарау шеңберінен шығуға ұмтылу;
- әр түрлі мінез-құлық сценарийлерін және жаңа өніммен өзара

әрекеттесуді есепке алу.

Дизайн ойлауды қолдану салалары

Бүгінгі таңда дизайнмен айналысатын мамандар бұл дизайн ойлау әдісін – эмбебап құрал деп баға береді. Оны барлық жерде – мобильді қосымшалар жасаудан бастап қоғамдық кеңістікті жоспарлауға дейін қолдануға болады.

Дизайн-ойлау әдісі бойынша жұмыс кезеңдері:

Эмпатия. («Эмпатия» сөзі ол психологияда жанашырлық сезім, яғни өзге адамдардың көңіл-күйін өз жанындай сезіне білу деген мағынаны білдіреді.) Алдымен сіз адамдарды не мазалайтынын түсінуіңіз керек. Олардың әлеміне ену, олардың қажеттіліктерін, қиындықтары мен мінез-құлқын анықтау маңызды. Бұл пайдаланушыларды бақылауға, олармен сөйлесуге және тәжірибе жасауға көмектеседі, оның аясында сіз олардың орнына өзіңізді қойып немесе тәжірибе алмасуға тырысасыз.

Фокустау. Ең маңызды мәселелерді шешу үшін жиналған ақпаратты өңдеп, талдау керек.

Идея тудыру. Мүмкіндігінше көп идеялар ұсыну және таңғажайып ұсыныстарды қарастырудан қорықпау маңызды. Жеткілікті бірнеше нұсқа түрлерін жинағаннан кейін, олардың әрқайсысын мұқият бағалап, ең қолайлы түрін таңдауға көшу керек.

Прототиптеу. Прототип идеяңыздың қаншалықты жақсы екенін түсінуіңізді тексеру үшін қажет. Оның физикалық көрінісін жасау арқылы (бұл макет, сценарий, презентация болуы мүмкін) сіз күшті және әлсіз жақтарды көре аласыз.

Тестілеу. Дизайн ойлауының соңғы кезеңінде пайдаланушылар прототиптерді тестілеп, кері байланысқа түсе алады. Адамдардың пікірлері сіздің таңдаған нұсқаңыздың қаншалықты олардың мәселелерін шешуге көмектесе алатындығын көрсетеді. Сонымен қатар олар шешімдерді жақсартуға мүмкіндік береді.

Қажет болған жағдайда бұл қадамдарды бірнеше рет қайталауға немесе тапсырмаларды шешуге ең қолайлысын ғана қолдануға болады

Дизайн ойлау жұмысындағы кемшіліктер

Дизайн ойлау эмбебап, проблема тудырмайтын құрал болып көрінуі мүмкін. Алайда бұл олай емес, кейде әдісті жұмысқа енгізу сәтсіз аяқталып жатады. Wonderful зертханасының негізін қалаушы және серіктесі Мария Стащенко Medium.com мақаласында кейде әдісті жұмысқа енгізу сәтсіз аяқталады деп жазады. Бұның бірнеше себептері бар:

1. Команда пайдаланушылардың мәселелеріне біржақты қарап, шешім

шығаруды ойдайды. Бұған жол бермеу үшін түрлі саладағы мамандарды (дизайнерлер, аналитиктер мен) дизайн ойлау әдісімен жұмыс істеуге тарту керек.

2. . Өзінің мәселелерін фактілермен растамай-ақ әдісті үстірт қолдану.

Команда пайдаланушылардың мәселелерін фактілермен растамай-ақ бағалайды. Осыған байланысты финалда мақсатты аудиторияға қажет емес өнім алынады. Мұны мүмкіндігінше нақты зерттеу әдістерін қолдану арқылы шешуге болады.

3. Генерация кезеңіндегі идеяларды сынау. Бұл шығармашылық процесті баяулатады және көптеген жақсы идеялар жоғалады. Мәселені шешу үшін, брейнстормды бастамас бұрын, сынға тыйым салынады деп келісіп, оны қатаң қадағалау керек [19].

Сонымен қатар «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінен оқу процесінде тапсырмалар мен жаттығуларды орындауда қосымша әдістемелерін ұсынуға болады.

Графикалық әдістер

Графикалық ұйымдастырушыларды қолдану техникасы ақпарат пен идеяларды қабылдаудың визуалды арнасының аудио рецептормен (сіздің сөйлеуіңіз) бірге қолдануды қарастырады. Бақылауларға сәйкес, көрнекіліктер адамдардың жалпы санының үштен бірін құрайды. Идеяларды бекіту, ақпаратты ұйымдастыру, қатынастарды құру үшін графикалық әдістерді қолдану түсіну процесін едәуір жеңілдетеді.

Графикалар. Әлеуметтік-экономикалық мәселелерді зерттеу кезінде, түрлі формалар мен жағдайларды қарама-қарсы қою және салыстыру үшін, қандай да бір мәселенің бірқатар аспектісін зерттеу үшін бірнеше салыстырмалы кестелер көмектеседі.

Менталды карта (mind maps) - бұл түйін сөздерді пайдалану арқылы визуализациялау әдісі. Сондай-ақ әртүрлі түстерді, ассоциациялы суреттерді пайдалануға болады. Бұл формат идея тудыруға және оны табуға, олардың арасында байланыс орнатуға арналған. Логикалық ойлау бейнелі форматқа ауысады, оқушылардың тақырып туралы не білетіні мен ойлайтыны туралы тұтас көрініс қалыптастырады. Кез-келген менталды картада «түйін сөздердің тармақтарын» пайдаланады, алайда әртүрлі түстер мен суреттер қосу арқылы оны есте сақтау құралына айналдыруға болады [20].

Кәсіпкерліктегі SWOT-талдау

SWOT-талдау – қысқарған Strengths (күшті жақтары), Weaknesses (әлсіз жақтары), Opportunities (мүмкіндіктер) және Threats (қатер) ағылшын сөздерінің бас әріптерінен құралған.

SWOT- талдаудың көмегімен бір уақытта белгілі заттың немесе шешімнің әртүрлі сипаттары зерттеледі: қызмет бағытын және сәйкес келетін стратегияларын анықтауға көмектесе отырып, мүмкіндік және қауіп-қатермен бірге күшті және әлсіз жақтар шешім қабылдау процесіне әсер етуі мүмкін. Күшті және әлсіз жақтары талданатын мәселенің ішкі аспектілеріне жатады, ал мүмкіндіктер және қауіп-қатер сыртқы факторларға жатады. SWOT-талдау – амал, тәсіл/техника, оның көмегімен күшті және әлсіз жақтары анықталады

және бизнес-жоспар, нақты әрекет немесе бизнес-идеяның мүмкіндіктері және қауіпі қарастырылады.

Сондай-ақ ол тұрақтылықты сақтау элементі ретінде де қолданыла алады. SWOT- талдаудың негізгі мақсаты әр маңызды факторды табу және оны келесі төрт категорияның біріне жатқызу: кәсіпорындағы жағдай туралы объективті көрініске ие болу үшін күшті жақтарды, әлсіз жақтарды, мүмкіндіктер және қауіптерге жатқызу.

SWOT- талдау тиімді шешімдер немесе бизнес-стратегияларды дамыту кезінде пайдалы құрал болып табылады.

SWOT талдау өздігінен жасалмайды, ол әрқашан қандай да бір заттың басқа бір затқа қатысы кезінде қолданылады. (мысалы, өнімнің жаңа нарыққа қатысы бойынша жинақ талдау, тұлғаның басқарушы лауазымына қатысты жинақ талдау және т.с.с.)

Мысалы: SWOT –талдау

Зерттеу аясында алдын ала компанияның жинақ-талдауы өткізілді. SWOT – талдаудың көмегімен, қазіргі уақытта компания қандай күйде, қандай мүмкіндіктерге ие және компанияның даму барысында қандай қауіп-қатер төніп тұрғанын анықтау.

Кесте 3

<i>Күшті жақтары</i>	<i>Әлсіз жақтары</i>
<ul style="list-style-type: none"> - тұрақты клиенттік база; - қаржы жағдайы орнықты; - компанияның беделі жақсы; - несиелік тарихы жақсы. 	<ul style="list-style-type: none"> - филиалдық желі жеткіліксіз дамыған; - ақпараттық жүйені қолдануда артта қалушылық.
<i>Мүмкіндіктер</i>	<i>Қауіп-қатер</i>
<ul style="list-style-type: none"> - клиенттердің жаңа тобына қызмет көрсету; - компания беделінің орнығуы; - бәсекелестердің нарықтағы үлесін жаулап алуының жаңа мүмкіндіктері. 	<ul style="list-style-type: none"> - нарықтың дамуының баяулауы; - жаңа бәсекелестердің нарыққа шығу қаупі; - компаниялар арасында бәсекелестіктің күшеюі.

3. «КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ» ПӘНІНЕН ҚЫСҚА МЕРЗІМДІ САБАҚ ЖОСПАРЫН ӘЗІРЛЕУ ЖӘНЕ «ЕСЕПТЕЛІНДІ/ЕСЕПТЕЛІНГЕН ЖОҚ» ҚОЮ БОЙЫНША ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР

3.1. Қысқа мерзімді жоспарларды әзірлеу жөніндегі әдістемелік ұсынымдар

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінен қысқа мерзімді сабақ жоспарларын әзірлеу барысында мұғалім сабақтың негізгі кезеңдері мен құрылымын ұйымдастыра отырып, оқытудың әдістері мен тәсілдерін тиімді қолдануды басшылыққа алады.

Тікелей оқыту әдісін оқу процесінде зерделелей отырып, зерттеу ерекшеліктерін «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні мұғалімдеріне әдістемелік көмек ретінде ұсынуға болады.

Тікелей оқыту және жаңа материалды ұсыну – сабақ мазмұнын дәйекті және нақты түсіндіретін оқытушы белсенді рөл атқаратын оқытудың классикалық базалық әдістері. Осы әдіс аясында жаңа және бұрын алынған білім арасында байланыс орнатылып, жаңа жағдайларда қолдану жобаланады. Сұрақтар шағын «бөліктермен» ашылады, материалды түсіну мезгіл-мезгіл тексеріледі, күрделі сәттер қосымша түсіндіріледі, жаңа жағдайларда білімді қолдану дағдылары мен техникасы дамиды.

Тікелей оқыту тақырыпқа енгізуден, талқылауға арналған сұрақтарды анықтаудан, жаңа материалдар мен ақпарат беруден тұрады. Жаңа материал мазмұны жағынан қызықты болуы мүмкін, алайда тыңдаушыларды мезгіл-мезгіл қатыстырып, сұрақтар қойып немесе пікірталастар тудырған жағдайда ғана қатысушылардың шоғырлануын сақтауға болады. Осылайша, мұғалімнің монологынан диалогқа көшу жүзеге асырылады.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқытудағы әдістердің бірі-экономикалық мәтінді талдау. Әлемнің белгілі бір бейнесін қалыптастыру үшін оқушылар жаңа тақырыпқа қатысты қосымша мәтіндер алуы керек. Осы мақсатта оқулықтан, осы материалды арнайы көрсететін әдістемеден материалдар, көрнекті экономистердің жұмыстарынан өздігінен таңдалған үзінділер, танымал отандық (кейде батыстық) кәсіпкерлер туралы ақпарат (соның ішінде көркем шығармалар түрінде) пайдаланылуы мүмкін. Оқыту-процесіндегі бұл әдістеме тыңдаушыларға идеяларды түсіну үшін белсенді, «ақылды» оқу дағдысын қалыптастыруға мүмкіндік береді. Бұл кейде пассивті қабылдау мен есте сақтауға бағытталған оқуды алмастырады. Оқушыларға экономикалық мәтін идеяларын қабылдауға және жағдаятты қолдануға үйрету үшін үнемі сыни талдау мен оқылымды түсіндіру қажет, сонымен қатар жинақталған идеяларды проблемалау керек. Нәтижесінде мәтіннің идеяларын логикалық талдау, сипаттау және өзара байланыстыру, өз көзқарасымызды/пікірімізді қалыптастыру қабілетіне қол жеткізуіміз керек.

Сонымен қатар, өз пікіріңізді әріптестердің немесе мұғалімнің ұстанымымен салыстыра аласыз, алайда оның ресми беделіне байланысты

мұғалімнің позициясын қабылдау қаупі бар. Егер оқушыларға мәтінді өз бетіңізше оқып және талдауға тапсырма берсеңіз, авторлар, жұмыс атаулары, терминдердің мағыналары туралы ұсыныстар беруіңіз керек.

Мәтінді оқығаннан кейін ойлар мен идеяларды бекіту үшін тыңдаушыларға түсініксіз сәттер туралы сұрақтар жазуға ұсыныс беру керек. Сұрақтарға сүйене отырып, топтарда талқылауды ұйымдастыра аласыз, онда олар өздері сұрақтар қойып, бірге жауап іздеуге тырысады.

Ұсынылған әдістердің бірі – тақырыпты пазлдар қағидасы(puzzle) бойынша бөліктерге бөлу және онда бір тақырыптың әр бөлігі бірнеше қимақағаздарға жазылады. Шағын топтар қимақағаздарды қолданып және олардың логикалық тәртібін талдай отырып, қарастырылып отырған мәселе бойынша өз көзқарастарының белгілі бір мәтінін жасай алады. Жұмыстың нәтижесі –ұжымдық талқылау аясында жасалған дәлелдері бар презентация болып табылады.

Бұл жұмысты алмастыруға болады. Мысалы, жаңа тақырып үшін сұрақтар және жауаптар көрсетілген қимақағаздар жасалады: қимақағаздардың бір жинағында сұрақтар және екінші жинағында дұрыс жауаптар. Барлық қимақағаздарды кездейсоқ өзара араластыру арқылы топқа сәйкес келетін жұптарын табуға мүмкіндік бере аласыз.

Қарқынды/белсенді оқыту. Аудиторияда берілетін ақпарат көлемінің аздығына байланысты теориялық бағыттағы дәрістер ойлау процесінің пассивтілігіне ықпал етеді. Қосымша маркерлер немесе стимуляторлар болмаған кезде есте сақтау қиынға соғады. Белсенді оқыту форматы тақырыпқа тереңірек үңілуге, ол туралы ойлауға және оны объективті түсіндіруге көмектеседі. Белсенді оқыту зерттеу, түсіндіру немесе ойлау арқылы білімді шоғырландырудағы кемшіліктерді ішінара жояды. Белсенді оқыту бірнеше кезеңнен тұрады:

1. Түсіну кезеңі – сабақтың басында тыңдаушыларды жаңа материалға шоғырландыру үшін белгілі бір мәселе бойынша алған білімдерін еске түсіруді ұсыну. Оқушылардан кейбір тапсырмаларды орындауға тапсырма беру, мысалы: алдағы тақырыпқа қатысты белгілі бірнеше идеяларды, жалпы ұғымдарды тұжырымдау, мұғалім қойған мәселені жұпта немесе шағын топтарда талқылау немесе мұғалім ұсынған идеялар мен тұжырымдамалар арасындағы мүмкін болатын байланыстарды ашу. Егер уақыт болса, оқушылар тақтада өз еркімен идеялармен бөлісетін процесті ұйымдастыруға болады.

Түсіну кезеңі– бұл дәрістің презентациясы тікелей түсіну мен сұрау кезеңдерінің ауысуымен өтетін кезең. Идеялар 10-15 минут ішінде айтылады, содан кейін оларды бастапқы идеялармен салыстыру ұсынылады. Дәріс бойынша берілген сұрақтарға жауап беруге немесе дәрістің келесі бөлігінде не талқыланатынын болжауға тырысу үшін уақыт беріледі және т.б. мұндай дәйектілік сабақ бойы қайталанатын.

2. Ойлану кезеңі– оқушылар белгілі бір жаттығуды орындау немесе материалда шоғырлануға бағытталған сұраққа жауап береді (жеке/жұпта/шағын топтарда); сабақ барысында айтылған идеяларды жинақтай отырып, 5

минуттық эссе құрастыру; тақырып бойынша кемінде бір сұрақ тұжырымдау немесе осы тақырып бойынша қысқаша түсініктеме жасау. Эссе жаңа ақпаратты түсіну деңгейін бағалауға мүмкіндік беретін кері байланыстың маңызды элементі (feedback) болып табылады.

3.2 «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша қысқа мерзімді сабақ жоспарлардың үлгілері

Сабақ жоспары

Кесте 4

Бөлім: «Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік»	Мектеп:	
Күні:	Мұғалімнің аты-жөні:	
Сынып: 10	Қатысқандар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Кәсіпкерлікке кіріспе	
Осы сабақта қол жеткізетін оқу мақсаттары (оқу бағдарламасына сілтеме)	10.1.1.1 «жеке кәсіпкер», «бизнесмен», «қажеттілік», «игілік» түсініктерін түсінеді; 10.1.1.2 кәсіпкерліктің пәнін, мақсаттары мен міндеттерін түсінеді.	
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> - «жеке кәсіпкер», «бизнесмен», «қажеттілік», «игілік» түсініктерімен танысады; - кәсіпкерліктің пәні, мақсаттары және міндеттерімен танысады 	
Бағалау критерийі (Күтілетін деңгейлік нәтижелер)	<p>Барлық оқушы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кәсіпкерлік ойлау қабілетінің ерекшеліктерін, кәсіпкер мен бизнесменнің айырмашылығын, кәсіпкерліктің пәнін, мақсаттары және міндеттерін түсінеді; - Кәсіпкерлер үшін жоспарлаудың маңыздылығын түсінеді. <p>Оқушылардың көбісі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Бизнесмендер мен кәсіпкерлер қандай кәсіп түрлерімен айналысатынын түсіндіре алады; - Табысты кәсіпкердің ерекше сипаттарын көрсете алады; - Табысты бизнесменнің ерекше сипаттарын көрсете алады; - Кәсіпкерлік қызметпен айналысудың 5 артықшылығы мен кемшіліктерін көрсете алады; - SMART – мақсаттар әдістемесі шеңберіне өз мақсаттарын қалыптастыра біледі: бір аптаға; бір айға; жыл соңына дейін; келесі 5 жылға; келесі 10 жылға. <p>Оқушылардың кейбіреуі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Өзінің және өз достарының бизнес әлемі туралы көзқарасын салыстыра алады. Ұқсастықтар мен айырмашылықтарды көрсетеді; 	

	- Кәсіпкерлік қызметпен айналысу арқылы өз мақсатына қалай жетуге болатынын көрсете алады.
Тілдік мақсаттар	Оқушылар жұмыс барысында қысқа мазмұнды жазбалар жасап отырады (ауызекі тіл және жазбаша тіл, тыңдай білу дағдылары) Пәнге сәйкес келетін лексика және терминология: кәсіпкерлік, кәсіпкерлік ойлау қабілеті, жеке кәсіпкер, бизнесмен, бейімделгіштік, ұтқырлық, SMART-мақсаттар, қажеттіліктер, игіліктер. Диалог және жазба жасауға арналған сөйлем жинағы: Менің ойымша.....; мен; келісемін, мен.....келіспеймін.
Құндылықтарға баулу	Өсіп келе жатқан ұрпақты тәрбиелеудегі барлық құндылықтар – сыйластық, достық, толеранттылық, махаббат және өзара көмек, көмек беріге дайындылық
Пән аралық байланыс	Экономика. Риторика. Математика
Алдыңғы білім	Кәсіпкерлік ойлау қабілеті, жоспарлау

Сабақ барысы

Жоспарланған сабақ кезеңдері	Сабақтағы жоспарланған іс –әрекеттер	Ресурстар
Сабақтың басы 5 мин.	<p>1. Ұйымдастыру кезеңі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білімді меңгеруге дайындайды; - оқу процесінде мотивация беруге жағдай қалыптастырады. <p>«Жетістіктер ағашы» ойыны.</p> <p>Балалар, жетістіктер ағашына көңіл аудардарды (тақтада жапырақтарысыз ағаш бейнеленген ватман ілінген). Оқушыларға түрлі түсті жапырақтар бөіледі. Оқушылар жапырақтарды таңдап, жетістіктер ағашын түрті-түсті жапырақтармен безендіру ұсынылады (әр оқушы өзіне ұнаған түстегі жапырақты таңдап, ағашқа бекітеді).</p> <p>Оқушылар жапырақтарды бекіткеннен кейін:</p> <ul style="list-style-type: none"> - жасыл түсті жапырақтарды таңдағандарыңызға, бүгінгі сабақ табысты болады деп күтеміз. <p>Кызыл түсті жапырақ таңдағандар – қарым-қатынас орнатқысы келеді.</p> <p>Сары түсті жапырақ таңдағандар – белсенділік танытады.</p> <p>Көк түсті жапырақ таңдағандар – табандылық танытады.</p> <p>Жетістік ағашының әдемі безендірілуі сіздердің сабақтан не күтетіндеріңіз бен және</p>	<p>«Жетістіктер ағашы» ойыны.</p> <p>Флипчарт немесе ватман (Жапырақтарсыз ағаш суретін салыңыз). Әр түрлі түстегі жапырақтар. Сабақ презентациясы</p>

<p>Сабақтық ортасы</p> <p>20 минут</p>	<p>ұмтылыстарыңызға білдіреді.</p> <p>Осылайша, сабақтың жақсы өтуі және тапсырмалардың жақсы орындалуы да сіздерге байланысты.</p> <p>Бүгінгі сабақта барысында сіздер табандылық, белсенділік танытып, бір – біріңізбен жақсы қарым-қатынаста болсаңыздар, сабақ табысты деңгейде өтеді деп үміттенемін!</p> <p>Сабақ басында мұғалім оқушыларды оқыту процесінің аспектілерімен таныстырады.</p> <p><i>Оқушыларға:</i></p> <p>1) «<i>atameken.co</i>» порталына қалай тіркелу керектігін көрсету керек;</p> <p>2) <i>тоқсанды ұйымдастыру: қандай бөлімдер мен тақырыптар оқытылатындығына шолу жасау.</i></p> <p>2. Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау</p> <p>Кәсіпкерлік және бизнес негіздері бойынша алғашқы сабағымызға қош келдіңіздер! Сіздердің жаңа пәннен қандай да бір нәтижелер күтетініңіз белгілі, яғни кәсіпкер болу үшін не қажет екенін түсіну, ол сізге қаншалықты қажет екенін анықтау, өз бизнесіңізді жүргізу мен ұйымдастыру әдістері мен жолдарын үйрену және т. б. сияқты күрделі сұрақтарға жауап алғыңыз келетіні сөзсіз. Ал кәсіпкерлікке тікелей байланысты мұндай сұрақтарға жауапты сіз ұсынылып отырған пәнді оқу барысында қажетті білімді міндетті түрде ала аласыз.</p> <p><i>Келесі сұрақтарды қоя отырып, сыныпта оқушылармен талқылаңыздар:</i></p> <p>Кәсіпкер деген кім? Бизнесмен деген кім? Кәсіпкер болуы үшін не қажет? Олардың басқа адамдардан қандай айырмашылығы бар?</p> <p>Кәсіпкерлер өз алдарына қандай мақсаттар қояды? Біз бүгінгі сабақты ең қарапайым нәрселерден бастаймыз: кәсіпкер мен бизнесменнің кім екенін, олардың басқа адамдардан қандай ерекшелігі бар екенін, алдына қандай мақсаттар қоятынын талқылаймыз.</p> <p>Біз пәнімізді кәсіпкердің сөздікте берілген анықтамасынан емес, оның басқа адамдардан несімен ерекшеленетінінен бастаймыз. Басқаша айтқанда, біз кәсіпкерлік ойлауды қоршаған әлемде болып жатқан жағдаяттар мен оның ресурстарына тек тұтынушы ретінде емес, керісінше жасампаз әрі әлемді өзгертуші қабілет тұрғысынан қарастырамыз.</p> <p>Содан кейін мұғалім сыныпқа кәсіпкерлік ойдың ерекшеліктері, кәсіпкер мен бизнесменнің айырмашылығы, кәсіпкерліктің тақырыбы,</p>	<p>«Ми шабуылы».</p> <p>Сабақ презентациясы</p> <p>10 сыныпқа арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығы.</p> <p>Авторлары; Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова.</p> <p>1-бөлім</p>
--	--	---

	<p>мақсаттары және тапсырмалары туралы түсіндіреді.</p> <p>Бағалау формасы «Лайк» (👍)</p> <p>Оқулық бойынша жаттығулармен жұмыс жасау.</p> <p><i>1 -тапсырма</i>, (оқулықтың 8,9 беті)</p> <p>Өзіңіздің елді мекеніңізден шыққан кәсіпкерге мысал келтіріңіз.</p> <p>Қазақстанда ең беделді кәсіпкер ретінде кімді санауға болады? Неге олай санайтыңызды түсіндіріңіз.</p> <p>Табысты кәсіпкердің, бизнесменнің ерекше сипаттарын келтіріңіз.</p> <p><i>2 –тапсырма</i> (оқулықтың 9 беті)</p> <p>Кәсіпкерлік қызметпен айналысудың 5 артықшылығы мен кемшіліктерін көрсетіңіз.</p> <p>Артықшылықтар (мысалы: шығармашылық еркіндігі);</p> <p>Кемшіліктер (мысалы, мөлшерленбейтін жұмыс кестесі):</p> <p><i>1 және 2-тапсырмаларды орындау кезінде оқушыларға өз ауылдарында, қалаларында және елінде тұрып, жұмыс істейтін кәсіпкерлердің шынайы өмірінен мысалдар келтіріп, еске түсіруге мүмкіндік беру керек. Егер мүмкіндік болса «Атамекен» ҰКП-ның (Кәсіпкерлер палатасы) өкілдерін шақырып, кәсіпкерлер, олардың кәсіби қалыптасуының қызықты оқиғалары туралы фильм көрсеткен дұрыс.</i></p> <p><i>3-тапсырма</i> (оқулықтың 9 беті)</p> <p>Өз мақсатыңызды құрыңыз және көрсетіңіз:</p> <ul style="list-style-type: none"> • бір аптаға: • бір айға: • 1 жылға • алдағы 5 жылға: • алдағы 10 жылға: <p>3-тапсырманың сұрақтарын талдау кезінде мұғалім жоспарлау дағдысын дамытудың қажет екенін атап өтеді. Жоспарлау дағдысының табысты және үйлесімді тұлғаны дамытуға қалай көмектесетіні туралы мысалдар келтіру керек.</p> <p>Мысалы, Бенджамин Франклинді еске алуға болады (ол туралы мына сілтемеден оқуға болады: https://4brain.ru/blog/пирамида-франклина/).</p> <p>Сонымен қатар оқушылар SMART-мақсаттар әдістемесі аясында төмендегі жаттығуларды орындау ұсынылады:</p> <ul style="list-style-type: none"> - S (specific) — мақсат нақты болу керек, мысалы, оқушылар ҰБТ-дан дәл қанша балл алғылары келетінін, мансап жолында қанша жыл жүретіндерін, еңбек ақыларының қанша болатынын және т.б. елестетіп көрулері керек; - M (measurable) — мақсат өлшеулі болу керек, 	<p>Фильм «Социальная сеть» немесе «Империя соблазна», «Основатель»</p>
--	--	--

	<p>оқушылар емтихан нәтижесінің немесе қалаған кіріс мөлшерінің сандық мәліметтерін көрсетіп қана қоймай, оларды нақты дәлелдермен бекітулері керек;</p> <ul style="list-style-type: none"> - A (achievable) — қол жеткізе алатын мақсаттар идеясы. Егер оқушылар үшін ол мақсатқа қол жеткізу мүмкін емес сияқты көрінсе, онда оларға аралық мақсат қоюға кеңес беріңіз; - R (realistic/relevant) — шынайы, релевант мақсат: мақсат қою кезінде оқушы оның мәнін, қажеттілігін түсіну керек: ол басқа өмірлік мақсаттарға қарама-қайшы болмауы қажет; - T (time bound) — мақсат қою кезінде нақты мерзімді көрсету керек. Уақыт мерзімін қою әртүрлі процестерді тиімді басқаруға мүмкіндік береді. <p><i>4 тапсырма</i> (оқулықтың 9 беті). Өзіңіздің және өз достарыңыздың бизнес әлемі туралы көзқарасыңызды салыстырыңыз. Ұқсастықтар мен айырмашылықтарды көрсетіңіз. <i>5 тапсырма</i> (оқулықтың 9 беті). Кәсіпкерлік қызметпен айналысу арқылы өз мақсатыңызға қалай жетуге болатынын көрсетіңіз. <i>4 және 5-тапсырмалардың материалдары күрделі ситуацияларды шешу дағдыларын қалыптастыруға мүмкіндік береді.</i></p>	<p>https://4brain.ru/blog/nipami-da-franklina/</p>
<p>Сабақтың соңы 10 мин</p>	<p>Өткен тақырыпты бекіту мақсатында оқушыларға «Кәсіпкерлік ойлау қабілеті дегіміз не?» тақырыбына викторина сабағын немесе сынақ сабағын өткізіп жіберуге болады</p>	
<p>Рефлексия</p>	<p>Фильмді көріп болғаннан кейін «Не ұнады?», «Қандай кәсіпкерге ұқсағың келеді?», «Фильмді көргеннен кейін қандай ойлар келді, қандай сезімде болдың?» деген сияқты сұрақтармен кері байланыс қалыптастыруға болады.</p> <p>Көңіл-күй және эмоционалды жағдайдың рефлексиясы:</p> <p>Парталас көршіңізге арналған үш сөйлемнің біреуін таңдаңыз:</p> <ul style="list-style-type: none"> - -Жарайсың; - -Бүгінгі сабақтағы жұмысың мені қанағаттандырды; - -Өзіңді бүгінгі сабақта жақсы көрсетуіңе болар еді. 	
<p>Саралау- Сіз қосымша көмек көрсетуді қалай жоспарлайсыз? Қабілеті жоғары оқушыларға қандай міндет қоюды жоспарлайсыз?</p>	<p>Бағалау - оқушылардың үйренгенін, материалды меңгергенін тексеруді қалай жоспарлайыз?</p>	<p>Денсаулық және қауіпсіздік техникаларын қадағалау</p>
<p>1. Диалог құра отырып оқыту 2. Топтардағы жұмыс 3. Жаңа ақпарат көздерімен</p>	<p>Бағалау формасы «Қол шапалақтау» әдісі, «Лайк» әдісі (👍).</p>	<p>Денсаулық сақтаушы технологиялар.</p>

жұмыс жасау бойынша саралау жаңа материалды игеру кезеңінде жүргізіледі. 4. Әр түрлі деңгейдегі тапсырмаларды оқушыларға ұсынылатын сабақты бекіту кезеңінде саралау жүргізіледі. Топтарда әр оқушыға рөл беру, топ ішінде әр оқушының белсенділік танытуын, өзара көмек және өзара қолдау жасауға дайындығын болжайды	Өзін-өзі бағалау, өзара бағалау, ұжымдық бағалау	Физминуттар қолдану. Белсенді іс-әрекет түрлері. Қауіпсіздік техникасы тәртібі.
--	--	---

Сабақ жоспары

Бөлім: «Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік»	Мектеп:	
Күні:	Мұғалімнің аты-жөні:	
Сынып: 10	Қатысқандар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	«Көбелек әсері» ойыны	
Осы сабақта қол жеткізетін оқу мақсаттары(оқу бағдарламасына сілтеме)	10.1.2.1 Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерліктің тарихын талдай біледі; 10.1.2.2 экономикадағы кәсіпкерліктің мағынасын түсінеді; 10.1.2.3 микроэкономика мен макроэкономика арасындағы айырмашылықты түсінеді	
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> - Командамен өзара қарым-қатынас дағдысын дамыту; - Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерліктің тарихына талдау жасау; - Қазақстан экономикасына тарихи шолу жасау; - Уақыт контекстінде қолжетімді ресурстардың құндылығын анықтау 	
Бағалау критерийі (күтілетін деңгейлік нәтижелер)	<p>Барлық оқушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - әр түрлі уақыт кезеңдеріндегі Қазақстанның экономикалық дамуының ерекшеліктерін түсіне алады; - әр тарихи кезеңнің конъюнктурасын ескере отырып уақыт кеңістігінде саяхат жасауға арналған ең қажетті ресурстарды таңдай алады; - дәуір және орын контекстіне байланысты, біз үшін үйреншікті заттардың құндылықтары қалайша өзгертінін түсіне алады. - Оқушылардың көбісі: - не себепті қарапайым және үйреншікті заттар басқа тарихи кезеңде өз құндылығын арттыратынын түсіндіре алады; - не себепті біз үшін маңызды гаджеттер басқа уақыт кезеңінде аз құндылыққа ие болуы мүмкін екендігін түсіндіре алады; - уақыт контекстіне қарамастан өз маңыздылығын жоғалтпайтын 	

	<p>эмбебап заттар бар екендігін және оларды не біріктіретінін түсіндіре алады.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оқушылардың кейбіреуі: - ойынның барлық раундтары бойынша өз пікірлерін айта алады; - алдыңғы кезеңдегі басқа командалардың әрекеті уақыт ағысына қалай әсер ететінін, физикалық заттардың гипотезалық ауысуы Қазақстанның қалыптасуына қандай ықпал жасауы мүмкін екенін бағалай алады.
Тілдік мақсаттар	<p>Оқушылар жұмыс барысында қысқа мазмұнды жазбалар жасап отырады (ауызекі тіл және жазбаша тіл, тыңдай білу дағдылары), Өз ойларын еркін жеткізе біледі</p> <p>Пәнге сәйкес келетін лексика және терминология: Көбелек әсері Диалог және жазба жасауға арналған сөйлем жинағы: Менің ойымша.....; мен келісемін; мен.....келіспеймін.</p>
Құндылықтарға баулу	<p>«Рухани жанғыру» ұлттық идеясына негізделген құндылықтар: қазақстандық патриотизм және азаматтық жауапкершілік, бәсекелестіктің дамуы, ұлттық бірегейлікті, сәйкестікті сақтау және білім алуға ұмытылу.</p> <p>Өсіп келе жатқан ұрпақты тәрбиелеудегі барлық құндылықтар – сыйластық, достық, толеранттылық, махаббат және өзара көмек, көмек беруге дайындылық</p>
Пән аралық байланыстар	Экономика. Риторика. Математика, География, Тарих, Әдебиет
Алдыңғы білім	Экономика, жалпы ішкі өнім (ЖІӨ), микроэкономика және макроэкономика, ақша жүйесі, инфляция, жұмыссыздық, сыртқы сауда, экономикалық өсу.

Сабақ барысы

Жоспарланған сабақ кезеңдері	Сабақтағы жоспарланған іс –әрекеттер	Ресурстар
Сабақтың басы 5 мин.	<p>3. Ұйымдастыру кезеңі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білімді меңгеруге дайындайды; - оқу үрдісінде мотивация беруге жағдай қалыптастырады. <p>«Көңіл - күй неге ұқсас» ойыны.</p> <p>Ойыншылар олардың бүгінгі көңіл - күйлері неге (қай жыл мезгіліне, ауа райына, табиғаттың құбылысына) ұқсас екенін айтып береді. «Менің қазіргі көңіл - күйім көгілдір аспандағы жылы, жұмсақ күннің көзіне ұқсайды, ал сенің ше?». Жаттығу шеңбер бойымен жалғаса береді. Ойынның соңында жауаптар қорытындыланады, бүгінгі шеңберіміздегі балалардың көңіл - күйі қандай екен: қайғылы, көңілді, күлкілі, ашулы т. б. Жауаптардың қорытындысын шығарған кезде, жағымсыз ауа райы, суық, жанбыр, түнерген аспан сияқты элементтер агрессивті, қобалжу күйлердің көрсеткіштеріне назар</p>	«Көңіл - күй неге ұқсас» ойыны

Сабақтың ортасы
20 минут

аударыңыз.

1. Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау
«Көбелек әсері» ойыны

Ойын барысында оқушылар сыни тұрғыда кеңінен ойлануына ықпал ететін және зерттеліп отырған уақыт контекстіне витуалды тереңдеу арқылы тарихи дәуірді сараптауға мүмкіндік беретін тапсырмаларды орындап, Қазақстанның әр кезеңдегі даму ерекшелігін түсіне алады.

Ойын ережесі

Оқушылар командаға бөлініп, бір ғана уақыт кезеңі көрсетіліп, алдын-ала дайындалған карточкаларды таратып алады. Оқушылар сол кезеңге белгісіз бір мезетке виртуалды түрде өтеді. Жақсылап ойланғаннан кейін өз шешімдерін түсіндіріп, презентация жасауға бір минут уақыт беріледі. Басқа командалар олардың жауабына қарап 10 балдық шкала бойынша бағалайды. Нәтижелерді арнайы бағалау парағына жазып отыру керек. Үш кезеңде ең көп балл жинаған команда жеңіске жетеді.

Ресурстар

Әр команда үшін алдын ала басып шығарылған бағалау парағы, бағалау нәтижелерін жазатын қалам, әр команда үшін уақыт кезеңдері көрсетілген карточкалар ұсынылады.

X-команда			
1-команда	2-команда	3-команда	4-команда
1-кезең			
2-кезең			
3-кезең			

Әр командаға арналған бағалау парағының үлгісі

1-карточка	2-карточка	3-карточка	4-карточка
Орны: Қазақстан территориясы Уақыты: жібек жолының «Алтын ғасыры»	Орны: КСРО Уақыты: 1961жыл (адамзаттың ғарышқа алғаш ұшуы)	Орны: Қазақстан Республикасы Уақыты: -5 жыл	Орны: Қазақстан Республикасы Уақыты: +50 жыл

Уақыт кезеңдері көрсетілген карточкалар. Карточкадағы уақыт контекстін қалауыңызша өзгертіп, өз ауданыңыздағы қандай да бір маңызды оқиғаларды барынша толықтырып қоса аласыз. Карточкалардағы мәліметтерді өзгерте отырып контрастар ойыны керек екенін ұмытпаңыз – материалдарды жақсы меңгеру үшін оқушыларға болашаққа және өткен шаққа бірге саяхат жасайтын команда керек.

Команда құрамы

Құрамындағы оқушылар саны бірдей 4 команда. Команданы білімі мен тәжірибесі әртүрлі деңгейдегі

Сабақ презентациясы

10 сыныпқа арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығы.
Авторлары;
Е.С. Дуйсеханов,
С.А. Щеглов,
Д.Ханин, А.А. Сейтенова.
1-бөлім

Ресурстар Әр команда үшін алдын ала басып шығарылған бағалау парағы, бағалау нәтижелерін жазатын қаламсап, әр команда үшін уақыт кезеңдері көрсетілген карточкалар.

оқушылардан құруға тырысыңыз. Команда құру үшін оқушыларды командаға кездейсоқ бөлудің кез келген әдісін пайдалануға болады.

Ойын барысы

1. Әр команданың өкіліне уақыт кезеңін көрсететін төрт кездейсоқ картаның біреуін таңдауға мүмкіндік беріңіз.

2. Оқушылардың назарын аудартып, бірінші раунд ережелерін түсіндіріңіз.

Үш минут ішінде оқушылардың әр тобы гипотетикалық уақыт машинасын қолдана отырып, өздерімен бірге ала алатын үш материалдық пәнді анықтауы керек. Барлық үш зат оқушылардың стандартты мектеп сөмкесіне сыйып кетуі керек, сонымен қатар командаға, атап айтқанда, оқушылардың әрқайсысына келесі дәйреге өтуі тиіс уақыт аралығында барынша пайда әкелуі керек.

3. Үш минуттан кейін әр команданың өкіліне таңдаған үш затын қорғауға және затты таңдау себептерін түсіндіруге мүмкіндік беріңіз.

4. Әр команданың жұмысын 10 балдық шкала бойынша бағалауды сұраңыз.

5. Бағалау процедуралары аяқталғаннан кейін барлық спикерлерге алғыс білдіріп, екінші раундтың басталғаны туралы хабарлаңыз.

6. Оқушылардың назарын аударта отырып, бірінші раунд ережелерін түсіндіріңіз.

Үш минут ішінде оқушылардың әр тобы карточкада көрсетілген уақыттан бастап гипотетикалық уақыт машинасын қолдана отырып, өздерімен бірге ала кететін үш материалдық затты анықтауы керек. Барлық үш зат оқушылардың стандартты мектеп сөмкесіне сыйып кетуі керек, сонымен қатар ол зат командаға, атап айтқанда, қазіргі кезеңдегі оқушылардың әрқайсысына барынша пайда әкелуі керек.


7 Үш минуттан кейін әр команданың өкіліне таңдаған үш затты қорғауға және сол затты таңдау себептерін түсіндіруге мүмкіндік беріңіз.

8. Әр команданың жұмысын 10 балдық шкала бойынша бағалауды ұсыныңыз.

9. Бағалау процедуралары аяқталғаннан кейін барлық спикерлерге алғыс білдіріп, үшінші раундтың басталғаны туралы хабарлаңыз.

10. Үшінші раундтың шарттарын айтпас бұрын, оқушыларға «Көбелектің әсері» туралы айтып беріңіз. Көбелектің әсері – кейбір хаотикалық жүйелердің қасиеттерін білдіретін жаратылыстану ғылымдарындағы термин: жүйеге шамалы әсер ету үлкен және болжанбайтын салдарға әкелуі мүмкін. Сонымен, оқушылардың үш затпен байланысты әрекеттері гипотетикалық түрде кеңістік-уақыт

	<p>континуумын өзгертіп, қазіргі жағдайымызды өзгерте алады.</p> <p>11. Назар аударыңыз және бірінші раунд ережелерін айтыңыз. Үш минут ішінде оқушылардың әр командасы алдыңғы раундтардағы команданың іс-әрекеті уақыт барысына қалай әсер еткенін, физикалық объектілердің гипотетикалық ауысуы Қазақстанның қалыптасуына қалай әсер еткенін бағалауы қажет.</p> <p>12. Үш минуттан кейін әр команданың өкіліне үшінші раундта өз пікірлерін ұсынуға мүмкіндік беріңіз.</p> <p>13. Әр команданың жұмысын 10 балдық шкала бойынша бағалауды сұраңыз.</p> <p>14. Бағалау процедуралары аяқталғаннан кейін, барлық спикерлерге алғыс білдіріңіз және әр раунд үшін команданың өз презентациясына қойған бағаларын есепке алмай алдымен жалпы бағалауды дауыс беру арқылы қорытындылаңыз.</p> <p>15. Жеңімпаз жарияланғаннан кейін қалған уақытты ойынды талқылауға арнаңыз.</p>	
<p>Сабақтың соңы 10 мин</p>	<p><i>Қорытындылау</i></p> <p>Ойыннан кейін сіз оқушыларды экономикалық процестерге байланысты уақыт өте келе нақты ресурстар мен олардың мәні өзгереді деген ойға жетелей аласыз. Ресурстардың дұрыс жиынтығын таңдауды тек пәнаралық байланыстар мен ойлау бағытын қолдана отырып жүзеге асыруға болады, онда сол дәуірдің тұрғындарын эмпатикалық сезіну, оларды түсіне білу, ести білу керек. Өзін және өзінің жеке қажеттіліктерін таңдалған дәуірдің жағдайымен салыстырады. Шешім қабылдау және талдау үшін оқушылар тобына география, тарих, әдебиет және өз тәжірибесінен алынған білім қажет.</p> <p>Үш ресурспен ғана шектелген шартпен әрекет ету оқушыларға ақпарат/зияткерлік ресурстары санмен және мектеп сөмкесінің өлшемімен шектелмейтіні, уақыт бойынша саяхат жасау кезінде өздерімен алып жүретін білім мен дағдының ең құнды ресурс екені туралы ой тудыруы қажет.</p> <p>Жауаптардың жалпы мәнін аңғара отырып, оқушыларға таңдаудың дұрыстығын және сыни ойлаудың қажеттігін түсіндіретін сұрақтар қоюға болады. Мысалы, егер талқылау кезінде гаджеттердің қажеттігі туралы мәселе көтерілсе, онда соған сәйкес «Оны қуаттайтын құралы немесе оны қуаттайтын сымы керек пе? Онда біз таңдаған осы үш заттың қажеттігі бар ма? Бұлар сол дәуірлерде жұмыс істей ала ма?» деген сұрақтар қоюыңызға болады.</p> <p>Оқушыларға оқулықтан сұрақтар қойыңыз:</p> <ul style="list-style-type: none"> - неліктен қазіргі уақытта біз үшін маңызды емес және таныс заттар басқа тарихи кезеңде 	

	<p>олардың құндылығын арттырады деп ойлайсыз?</p> <ul style="list-style-type: none"> - неліктен біз үшін маңызды гаджеттер басқа дәуірде құндылығы төмен болуы мүмкін? - Уақытша контекстке қарамастан маңыздылығын жоғалтпайтын әмбебап заттар бар ма? Оларды не біріктіреді? - Сабақты қорытындылау: берілген тапсырмадан қандай қорытынды жасадыңыз? - Сіз одан әрі алынған қорытындыларды пайдалана аласыз ба? Қалай? 	
Рефлексия	<p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Шабадан, ет тартқыш, себет»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Шабадан - болашақта қажет болатын ақпараттар Ет тартқыш - ақпаратты өңдеудемін Себет - барлығын себетке тастаймын</p> <p>Сабақта алынған ақпараттарды қалай қолданатыныңды таңда</p> <p>«Алақан» әдісі арқылы Бас бармақ – керемет әрі қызықты болды, себебі... Екінші бармақ – осыған көңіл бөлу керек... Ортаңғы бармақ – менің ұсыныстарым... Төртінші бармақ – мен білімімді кеңейттім... Кішкентай бармақ – маған әлі де жеткіліксіз...</p>	
Саралау- Сіз қосымша көмек көрсетуді қалай жоспарлайсыз? Қабілеті жоғары оқушыларға қандай міндет қоюды жоспарлайсыз?	Бағалау - Оқушылардың үйренгенін, материалды меңгергенін тексеруді қалай жоспарлайыз?	Денсаулық және қауіпсіздік техникаларын қадағалау
1. Топтық жұмыс 2. Топтарда әр оқушыға рөл беру, топ ішінде әр оқушының белсенділік танытуын, өзара көмек және өзара қолдау жасауға дайындығын болжайды	Бағалау формасы «Ду қол шапалақ», «Лайк» (👍). Өзін-өзі бағалау, өзара бағалау, ұжымдық бағалау Белсенді қатысқан оқушыларды мадақтау. Оқушыларды ынталандыру.	Денсаулық сақтаушы технологиялар. Физминуттар қолдану. Белсенді іс-әрекет түрлері. Қауіпсіздік техникасы тәртібі.

Сабақ жоспары

Бөлім. «Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік»	Мектеп:	
Күні:	Мұғалімнің аты-жөні:	
Сынып: 10	Қатысқандар саны:	Қатысқандар саны:

Сабақтың тақырыбы	«Идеялар матрицасы» ойыны
Осы сабақта қол жеткізетін оқу мақсаттары(оқу бағдарламасына сілтеме)	10.1.3.1 кәсіпкерлікті жеке мотивация мен өзін-өзі іске асыру формасы ретінде қарастырады; 10.1.3.2 кәсіпкер біліктілігі ретінде идеяның қалыптасу маңызын бағалайды; 10.1.3.3 бизнес-идеяны қалыптастыру құралын қолданады
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> - Бизнес үшін жаңа идея ойлап табу және оны сыныпқа ұсыну - Бизнеске арналған идеяны өз мүмкіндіктерімен сәйкестендіру
Бағалау критерийі (Күтілетін деңгейлік нәтижелер)	<p>Барлық оқушы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кәсіпкердің бойында қандай қасиеттер болу керектігін, мотивация мен өзін-өзі танытуды түсіндіре алады; - тақырыпты зертеу арқылы түсініктер қалыптасады, тақырыпты түсініп оқуға, ойын жеткізе білуге, ойын тиянақтай білуге дағдыланады, топпен бірге жұмыс істеуге үйренеді. <p>Оқушылардың көбісі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - бизнес үшін жаңа идея ойлап табу және оны сыныпқа ұсына алады; - бизнеске арналған идеяны өз мүмкіндіктерімен сәйкестендіре алады; - құрастыру, іздену, ойлау дағдылары дамиды. <p>Оқушылардың кейбірі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - бизнес идеяларды қалыптастыруға арналған құралдарды талдай алады; - Оқушылар сыни тұрғыдан ойлайды, өз бетінше ізденеді, өз-өздерін ретке келтіре отырып бағалайды, білімдерін тәжірибеде қолдана алады.
Тілдік мақсаттар	<p>Оқушылар жұмыс барысында қысқа мазмұнды жазбалар жасап отырады (ауызекі тіл және жазбаша тіл, тыңдай білу дағдылары)</p> <p>Пәнге сәйкес келетін лексика және терминология: Кәсіпкерлік, кәсіпкерлік ойлау қабілеті, өзін-өзі дамыту, жүзеге асыру, мотивация, бизнес идея.</p> <p>Диалог және жазба жасауға арналған сөйлем жинағы: Менің ойымша.....; мен.....келісемін; мен.....келіспеймін.</p>
Құндылықтарға баулу	Өсіп келе жатқан ұрпақты тәрбиелеудегі барлық құндылықтар – сыйластық, достық, толеранттылық, махаббат және өзара көмек, көмек беріге дайындылық
Пән аралық байланыстар	Экономика. Риторика. Математика
Алдыңғы білім	Өзін-өзі жүзеге асыру, мотивация, кәсіпкерлік құзыреттілік

Сабақ барысы

Жоспарланған сабақ кезеңдері	Сабақтағы жоспарланған іс –әрекеттер	Ресурстар
------------------------------	--------------------------------------	-----------

<p>Сабақтың басы 6 мин.</p>	<p>4. Ұйымдастыру кезеңі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білімді меңгеруге дайындайды; - Оқу үрдісінде мотивация беруге жағдай қалыптастырады. <p>«Кім, нені жақсы көреді?» жаттығуы.</p> <p>Барлығы орындықтарға отырады. Кім, нені жақсы көреді солар орындарынан тұрады. Мысалы: Кім балмұздақты жақсы көреді, сол орнынан тұрсын...Кім өзін батырмын деп есептейді?... Кім сары түсті жақсы көреді?... Кім көп тамақ жегенді жақсы көреді?... Кім айнаға қарағанды жақсы көреді? т. б. сұрақтар қоюға болады.</p>	<p>«Кім, нені жақсы көреді?» жаттығуы</p>																				
<p>Сабақтың ортасы</p> <p>30 минут</p>	<p>5. Сабақтың мақсаты мен тақырыбын ашу</p> <p>«Идеялар матрицасы» ойыны –шығармашылық коқыстарға арналған керемет тазалағыш құрал. Ол оқушыларды берілген тапсырмаға шығармашылық тұрғыда қарауға, тривиал емес (таптаурын емес) қадам жасауға үйретеді. Бизнесменнің бизнес жасауға ынтасы болып, бірақ қандай өнімді немесе қызмет түрін ұсыну туралы идеясының болмауы жиі кездеседі. Бүгінгі «Идеялар матрицасы» ойынында болашақ кәсіпкерлер жасампаз болуды және берілген тапсырмаға тривиал емес қадам жасауды үйрене алады.</p> <p><i>Ойын ережесі</i></p> <p>Оқушылар командаға бөлінеді. Олар қарапайым сөздер жазылып, алдын-ала дайындап қойған екі карточканы көп карточкалардың ішінен (арасынан суырып алса болады) алады. Әр команда сабақ үстінде, бес минуттың ішінде карточкада жазылған сөзге қатысты бизнес-идея ойлап тауып, оны жан-жақты ойластырғаннан кейін сыныпқа таныстырады.</p> <p>Мұғалім осы идеялар бойынша нақтылайтын өлшем шарттармен тағы екі кезең өткізеді. Соңғы презентация нәтижесі бойынша сыныптастарының ең көп дауысын жинаған команда жеңіске жетеді.</p> <p><i>Карталар мысалы</i></p> <table border="1" data-bbox="437 1592 1166 1834"> <tr> <td>бәтеңке</td> <td>жүк көлігі</td> <td>магнитофон</td> <td>кілем</td> <td>дәптер</td> </tr> <tr> <td>сақина</td> <td>сиыр</td> <td>телефон</td> <td>картон</td> <td>банан</td> </tr> <tr> <td>бояу</td> <td>кесе</td> <td>пернетақта</td> <td>таблетка</td> <td>автомобиль</td> </tr> <tr> <td>Ас үй</td> <td>сағат</td> <td>пакет</td> <td>фотоаппарат</td> <td>сүлг</td> </tr> </table> <p><i>Сөздерді өзіңіз де ойлап жазуыңызға болады. Ең бастысы, ол қандай да бір затты білдіретін зат есім болу керек</i></p> <p>Команда құрамы</p> <p>Оқушылар саны тең бөлінген 3-4 команда. Бір командада ең дұрысы 3-5 адам болу керек. Команда</p>	бәтеңке	жүк көлігі	магнитофон	кілем	дәптер	сақина	сиыр	телефон	картон	банан	бояу	кесе	пернетақта	таблетка	автомобиль	Ас үй	сағат	пакет	фотоаппарат	сүлг	<p>«Идеялар матрицасы» ойынының презентациясы</p> <p>Ішкі жағына қарапайым сөздер жазылып, алдын-ала дайындалып шығарылған карточкалар</p>
бәтеңке	жүк көлігі	магнитофон	кілем	дәптер																		
сақина	сиыр	телефон	картон	банан																		
бояу	кесе	пернетақта	таблетка	автомобиль																		
Ас үй	сағат	пакет	фотоаппарат	сүлг																		

құрамын білімі мен тәжірибесі әртүрлі оқушылардан құруға тырысыңыз. Команда құру үшін оқушыларды командаға бөлудің кез келген әдісін қолдануға болады

Ойын барысы

Оқушыларды командаға бөлу – 3 минут.

Екі оқушыға карточкалардың арасынан кездейсоқ бір карточканы алу ұсынылады.. Карточкада жазылған сөзді оқып, оны тақтаға жазыңыз.

Сөздер бір бірімен мағынасы жағынан немесе басқа қасиеттері жағынан мүлдем байланысты болмауы керек.

Әр команданың тапсырмасы – 3-5 минутта карточкада көрсетілген, бір-бірімен байланыспайтын заттардың сипатын немесе қасиетін пайдаланып жаңа бизнес-идея ойлап табу.

Әр идеяны бір минутқа жеткізбей айтып шығуларын сұраңыз.

Барлық презентация аяқталғаннан кейін оқушылардан егер жеткілікті ресурс (ақша, білім, тәжірибе, дағдылар) болса осы командамен бірігіп осы идеяны ертең-ақ жүзеге асыра алар ма едіңіздер деген сұрақ қойыңыз.

Бастапқы идеялары туралы қайта ойлану үшін әр командаға қосымша 3-5 минут беріңіз. Командалық жұмысты тағы бір рет өткізіп, алғашқы идеяларын ертеңгі күні жүзеге асырып кететіндей қайта қарауға тапсырма беріңіз. Оқушылар әр идеяны бір минутқа жеткізбей түсіндіріп беруі керек.


Қызықты бизнес-идеяны табу – өте қиын. Оқушылар нұсқаулықтың алғашқы төрт қадамын орындау кезінде ғана оған қол жеткізе алды. Енді командалар идеяларын шынайы өмірде жүзеге асырған кезде қандай қиындықтарға тап болатынын елестетіп, оны энергия және ресурс шығыны тұрғысынан сараптауға талпынды.

«Нұсқаулықтың алтыншы қадамын орындау кезінде идея қалай өзгерді?», «Не үшін деп ойлайсыңдар?» деген сұрақтар қою арқылы ынталандырыңыз.

Талқылау аяқталғаннан кейін ойынның осы кезеңіндегі бизнес-идеяны өмірдің алдағы 20 жылында айналысатын ісім деп елестетіп көріңдер деп айтыңыз. «Бұған дайынсыңдар ма?», «Идеяда тағы нені қайта қарау керек?», «Оны тағы қалай жақсартуға немесе өзгертуге болады?» деп сұраңыз. Оқушылар осы сұрақтардан кейін идеяларын толықтыруы мүмкін.

Осы идеялар туралы қайта ойланып көру үшін әр командаға қосымша 3-5 минут беріңіз. Бұл бизнес алдағы 20 жылда айналысатын істерің болады деген

	<p>шартпен осы идеяны қайта қарап шығындар деп, командалық жұмысты тағы бір жүргізіңіз.</p> <p>Әр идеяны бір минутқа жеткізбей айтып шығуларын сұраңыз. Соңғы кезеңді орындау кезінде идеяның қалай өзгергені туралы сұрақ қойыңыз.</p> <p>Әр команданың соңғы идеясын талқылап, ең үздік идеяға дауыс беріп, жеңімпаз команданы анықтаңыз.</p>	
<p>Сабақтың соңы 10 ин</p>	<p>Қорытындылау</p> <p>Оқушылар ойын нәтижесінде әрқайсы 3-минутта бір-бірімен байланыспайтын екі сөзге сүйеніп бизнеске арналған жаңа идея табаалғандарын ұғыну керек. Осы арқылы жаңа бизнес-идеяны жасау кез келген креативті ойлана алатын адамның қолынан келетін іс екенін түсінеді. Оқушылар идея ойластыру кезінде командалық жұмыстың артықшылықтарын да бағалай алуы керек.</p> <p>Оқушыларға екі сөз арқылы бизнес-идея ойлап табу керек деген тапсырма берілген кезде ол айтарлықтай инновациялы әрі күрделі болып көрінді емес пе? Шарт күрделеніп, команда идеяны жүзеге қалай асыру керектігі жайлы ойланған кезде бастапқы идея өзгеріп, жеңілдей түседі.</p> <p>Бизнес-идеяны өздеріне, өз мүмкіндіктеріне шақтау керек болғанда оқушылар оған көбірек өзгеріс енгізуге тырысады. Басында идея туындаған сәттен бастап оны біржола жүзеге асырғанға дейін кәсіпкер дәл осындай жолдан өтеді. Енді сіздер де көптеген әртүрлі факторларды есепке ала отырып бизнес-идеяны түрлендіру тәжірибесі, сондай-ақ бизнес-сарапшылар тәжірибесі бар.</p> <p>Ойынның бірінші кезеңіндегі «таблетка» +«пернетақта» сөздерімен берілген тапсырманың болжамды жауаптарына мысалдар ұсынуға болады.</p> <p><i>1-мысал</i></p> <p>Тандалған сөздерден команда бизнес-өнім, яғни әр перне басқан кезде саусақтардың тері құрылымын нығайтатын, дәрумен мөлшері бөлініп шығатын, микросаңылаулармен жабдықталған пернетаблеткалардан жасалған пернетақта ойлап табуы мүмкін.</p> <p><i>2-мысал</i></p> <p>Екінші команда таблеткаларды қабылдау ретін есіне сақтай алмайтын адамдарға арналған пернетатқа пернесінің пішініндегі таблеткалар ойлап табуы мүмкін. Дәрігер сырқатқа «сауығып кетіңіз» пішініндегі таблеткалар жазып береді. Сырқат бірінші күні «С»әрпін, екінші күні «А» әріпін, т.с.с. ішіп тұрады</p> <p>Сабақ соңында келесі сұрақтарды қойсаңыз болады:</p> <p>1. Өз идеяңыздың бірінші нұсқасын соңғы</p>	

	<p>нұсқамен салыстыруға тырысыңыз, ең маңызды айырмашылықтар неде? Сіздің бизнес идеяңызды раундтан раундқа қалай өзгертуге болады?</p> <p>2. Сабақтың қорытындысын шығарыңыз: тапсырмадан қандай тұжырымдар жасадыңыз?</p> <p>3. Алынған қорытындыларды одан әрі пайдалана аласыз ба? Қалай?</p>	
Рефлексия	<p style="text-align: center;">Рефлексия «Шабадан, ет тартқыш, себет»</p>  <p>Шабадан - болашақта қажет болатын ақпараттар Ет тартқыш - ақпаратты өңдеудемін Себет - барлығын себетке тастаймын</p> <p><small>Сабақта алынған ақпараттарды қалай қолданатынындай таңда</small></p>	
Саралау - Сіз қосымша көмек көрсетуді қалай жоспарлайсыз? Қабілеті жоғары оқушыларға қандай міндет қоюды жоспарлайсыз?	Бағалау - Оқушылардың үйренгенін, материалды меңгергенін тексеруді қалай жоспарлайыз?	Денсаулық және қауіпсіздік техникаларын қадағалау
<p>1. Диалог құра отырып оқыту</p> <p>2. Топтардағы жұмыс</p> <p>3. Жаңа ақпарат көздерімен жұмыс жасау бойынша саралау жаңа материалды игеру кезеңінде жүргізіледі.</p> <p>4. Әр түрлі деңгейдегі тапсырмаларды оқушыларға ұсынылатын сабақты бекіту кезеңінде саралау жүргізіледі.</p> <p>Топтарда әр оқушыға рөл беру, топ ішінде әр оқушының белсенділік танытуын, өзара көмек және өзара қолдау жасауға дайындығын болжайды</p>	<p>Бағалау формасы «Ду қол шапалақ», «Лайк» (👍).</p> <p>Өзін-өзі бағалау, өзара бағалау, ұжымдық бағалау</p> <p>Белсенді қатысқан оқушыларды мадақтау. Оқушыларды ынталандыру.</p>	<p>Денсаулық сақтаушы технологиясы</p> <p>Физминуттар қолдану.</p> <p>Белсенді іс-әрекет түрлері.</p> <p>Қауіпсіздік техникасы тәртібі.</p>


Сабақ жоспары

Бөлім: «Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік»	Мектеп:	
Күні:	Мұғалімнің аты-жөні:	
Сынып: 10	Қатысқандар саны:	Қатысқандар саны:
Сабақтың тақырыбы	«Rocket Study» кейсі	
Осы сабақта қол жеткізетін оқу мақсаттары(оқу бағдарламасына	<p>10.1.3.1 кәсіпкерлікті жеке мотивация мен өзін-өзі жүзеге асыру формасы ретінде қарастырады;</p> <p>10.1.3.2 кәсіпкер біліктілігі ретінде идеяның қалыптасу маңызын бағалайды;</p>	

сілтеме)	10.1.3.3 бизнес-идеяны қалыптастыру құралын қолданады
Сабақтың мақсаты	- кәсіпкерлік бастаманың табыстылығы мен идеяның ерекшелігі қалай байланысатынын түсіну.
Бағалау критерийі (Күтілетін деңгейлік нәтижелер)	Барлық оқушы: <ul style="list-style-type: none"> - кәсіпкерлік тәсілдеме түсінігін түсіне алады. - кәсіпкерде қандай қабілеттер мен қасиеттер болуы қажет екендігін және мотивация мен өзін-өзі жзеге асыруды анықтай біледі; - Оқушылардың көбісі: - дамытуға деген инициативті және үздіксіз талпыныстың маңыздығын түсіндіре алады. - мінез-құлық сипатын, интеллектуалды қабілеттерін бағалай алады. - меңгерілген білім және біліктілікті талдай біледі. - Оқушылардың кейбірі: - өзінің және өз достарының бизнес әлемі туралы көзқарасын салыстыра алады. Ұқсастықтар мен айырмашылықтарды көрсетеді; - кәсіпкерлік қызметпен айналысу арқылы өз мақсатына қалай жетуге болатынын көрсете алады.
Тілдік мақсаттар	Оқушылар жұмыс барысында қысқа мазмұнды жазбалар жасап отырады (ауызекі тіл және жазбаша тіл, тыңдай білу дағдылары), Өз ойларын еркін жеткізе біледі Диалог және жазба жасауға арналған сөйлем жинағы: Менің ойымша....; мен.....келісемін, мен.....келіспеймін. Пәнге сәйкес келетін лексика және терминология: leanstartup, құзіреттілік, өзін-қөзі жүзеге асыру, мотивация
Құндылықтарға баулу	Өсіп келе жатқан ұрпақты тәрбиелеудегі барлық құндылықтар – сыйластық, достық, толеранттылық, махаббат және өзара көмек, көмек беруге дайындылық
Пән аралық байланыстар	Экономика. Риторика. География
Алдыңғы білім	Өзін-өзі жүзеге асыру, мотивация, кәсіпкерлік құзыреттілік

Сабақ барысы

Жоспарланған сабақ кезеңдері	Сабақтағы жоспарланған іс –әрекеттер	Ресурстар
Сабақтың басы 7 мин.	6. Ұйымдастыру кезеңі: <ul style="list-style-type: none"> - мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білімді меңгеруге дайындайды; - оқу процесінде мотивация беруге жағдай қалыптастырады. 7. Ұйымдастыру кезеңі: <ul style="list-style-type: none"> - мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білімді меңгеруге дайындайды; - оқу процесінде мотивация беруге жағдай қалыптастырады. 	Ватман немесе флипчарт . жасыл түсті жапырақтар

<p>Сабақтың ортасы 20 минут</p>	<p>«Мақсаттар ағашы»</p> <p>Ватман (флипчарт) бетінде ағаш бейнеленген</p> <p>Әрбір оқушы жасыл түсті жапырақтарды оналастырады. Жапырақтың бір жағына өзінің жеке мақсатын жазады (нені білгім келеді, нені түсінгім келеді, осы тақырып бойынша қандай ақпараттарды алуға болады)</p>  <p>2. Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау</p> <p>Бизнес-кейсті талдау кезіндегі тапсырма – талқылау және өзара байланыс үшін оны 5 адамнан тұратын шағын топта ұйымдастыру. Кей проблемасын шешу ерекше болуы керек деп ескертіңіз.</p> <p>Бұл тапсырмада шешімнің көп нұсқасы беріліп және сабақ барысын дәтүрден тыс өткізуге болады. Оқушыларда пікірталас ұйымдастыру үшін пайдаланатын қарама-қарсы көзқарастар туындауы мүмкін.</p> <p>Әртүрлі көзқарасқа жол бере отырып, олардың пікірлерін ашық айтқандары үшін алғыс айтып отыруыңыз маңызды. Бұл істің мәні – оқушыларда алған барлық ақпараттарын пайдалана отырып проблемаға қатысты өз ойларын қалыптастыру. Сабақ барысында кейіпкер жөнінде видео көрсетуге болады.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=jpJuS-POKDY</p> <p><i>1-тапсырма</i></p> <p>Өз орталығын ашу үшін Арсланда қандай ресурстар болғандығы туралы ойланып жауап беріңіз.</p> <p><i>Жауабы: Арсланның ресурстары – ағылшын тілін білуі, өз сынынан өткен емтиханға дайындалу әдістемесі және 70000 теңге алғашқы капитал</i></p> <p><i>2-тапсырма</i></p> <p>Қолда бар ресурстарға ие бола отырып, Арслан қалайша аталған мәселелерді (ғимарат, жабдық, жарнама) шеше алды?</p> <p><i>3-тапсырма</i></p> <p>Арслан осы кезеңде өз бизнесін дамытуды қалай жалғастыруы мүмкін. Ол тағы не істей алады?</p> <p><i>2 және 3-тапсырмаларға жауап беру кезінде оқушылардың креативтілік танытып, өз идеяларын ортаға салуға мүмкіндік беріңіз. Бұл идеялар шынайы көрінбесе де өздеріңді шектемеңдер деп ынталандырып отырыңыз. Олар неғұрлым көбірек идеяларды айтса, соғұрлым жақсы.</i></p>	<p>https://rockets.tudy.kz</p> <p>https://www.instagram.com/rocketstudykz/</p> <p>https://www.instagram.com/rocketmankz/</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=jpJuS-POKDY</p>
-------------------------------------	--	---

	<p><i>4-тапсырма</i></p> <p>Төмендегі төрт мәселеге қандай шешім ұсына алатындарыңды ойланыңдар.</p> <p><i>1-мәселе.</i> Мұндай оқушылар үшін Rocket Study-да жеке сабақ өту, үйде немесе кеңседе отырып Skype арқылы үйрену, білім алу бағдарламасын кесте бойынша емес, оқушының белгілі бір тақырыпқа қажеттілігіне қарай жасау мүмкіндіктері қарастырылған.</p> <p><i>2-мәселе.</i> Rocket Study оқытушылары өздерінің тілді білу деңгейін растау үшін жиі-жиі халықаралық сынақтар тапсырып тұрады және практикада оқушыларының алдынан шығатын проблемалармен бетпе-бет келеді.</p> <p><i>3-мәселе.</i> Мұндай оқушылар үшін Rocket Study-де дайындықтың жедел курстары ашылған: сабақ аптасына 5 рет өтеді, сенбілік Speaking Club және жексенбідегі сынама тестер.</p> <p><i>4-мәселе.</i> Жалықтырып жібермес үшін Rocket Study оқушыларын шынайы тілдік ситуацияларға өздерін қоюға болатын, ағылшын тілінде көрініс қояды, мобилді телефондарға арналған қосымшаларды пайдаланады, видеолар көреді, бірінші кезекте – сөйлесу, содан кейін – грамматика.</p> <p><i>5-тапсырма</i></p> <p>Қалай ойлайсыңдар, Арслан жеткен жетістігімен тоқтап қалды ма? Қазіргі сәтте бизнесін кеңейту үшін ол не істей алар еді?</p> <p><i>Мүмкін болатын жауаптар: жалдамалы жұмысшыларды тарту, жаңа мектептер ашу, франшиза бойынша жұмыс істеу. Өзіміз көргендей, Арслан өзінің IT-платформасын жасады. Соған қарамастан, оқушыларда бизнестің көлемін ұлғайту туралы басқа идеялар болуы мүмкін. Оларға өз ойларын айтуға мүмкіндік беріп, барлық идеяларын қолдап, ынталандырыңыз.</i></p>	<p>«Ми шабуылы».</p> <p>Сабақ презентациясы</p> <p>10 сыныпқа арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығы.</p> <p>Авторлары; Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова.</p> <p>1-бөлім</p>
<p>Сабақтың соңы 10 мин</p>	<p><i>6-тапсырма</i></p> <p>- Rocket Study кейсінен қандай бизнес-сабақ ала алатындарың туралы ойланыңдар. Арсланның жобасы сендерге ұнады ма? Неліктен ұнады (немесе ұнамады)?</p> <p><i>Оқушылар табысты бизнестің кепілі – алғашқы капиталдың көп болуы маңызды емес, қызықты бизнес-идея және қолда бар ресурстарды, яғни белгілі бір тәжірибелерді дұрыс пайдалану қабілетінің болуы деген тұжырымға келу керек. Сабақ соңында кәсіпкерлік тәсілі түсінігін, ынта мен дамуға үздіксіз талпынудың мәнін тағы бір рет талқылаңыздар</i></p>	
<p>Рефлексия</p>	<p>Сабақтың соңында оқушылар өзінің мақсатына толық немесе жартылай жеткен, жетпегендігі жөнінде жазады.</p>	<p>Ватман немесе флипчарт .</p>

		жасыл түсті жапырақтар
Саралау- Сіз қосымша көмек көрсетуді қалай жоспарлайсыз? Қабілеті жоғары оқушыларға қандай міндет қоюды жоспарлайсыз?	Бағалау - Оқушылардың үйренгенін, материалды меңгергенін тексеруді қалай жоспарлайыз?	Денсаулық және қауіпсіздік техникаларын қадағалау
1. Диалог құра отырып оқыту 2. Топтардағы жұмыс 3. Жаңа ақпарат көздерімен жұмыс жасау бойынша саралау жаңа материалды игеру кезеңінде жүргізіледі. 4. Әр түрлі деңгейдегі тапсырмаларды оқушыларға ұсынылатын сабақты бекіту кезеңінде саралау жүргізіледі. Топтарда әр оқушыға рөл беру, топ ішінде әр оқушының белсенділік танытуын, өзара көмек және өзара қолдау жасауға дайындығын болжайды	Бағалау формасы «Ду қол шапалақ», «Лайк» (👍). Өзін-өзі бағалау, өзара бағалау, ұжымдық бағалау Белсенді қатысқан оқушыларды мадақтау. Оқушыларды ынталандыру.	Денсаулық сақтаушы технологиялар. Физминуттар қолдану. Белсенді іс-әрекет түрлері. Қауіпсіздік техникасы тәртібі.

Сабақ жоспары

Бөлім «Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік»	Мектеп:	
Күні:	Мұғалімнің аты-жөні:	
Сынып: 10	Қатысқандар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	«Egg Drop» ойыны	
Осы сабақта қол жеткізетін оқу мақсаттары(оқу бағдарламасына сілтеме)	10.1.4.1 тауар мен қызмет көрсетулер өндірісіне қажетті ресурстар мен факторларды біледі; 10.1.4.2 тауар мен қызмет көрсетулер өндірісіне қажетті ресурстар мен факторлар арасындағы айырмашылықты түсінеді.	
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> - табысқа әкелетін ресурстар мен факторлар арасындағы өзара байланысты қадағалау; - ресурстарды дұрыс таңдауды және оларды тиімді пайдалануды үйрену. 	
Бағалау критерийі (Күтілетін деңгейлік нәтижелер)	Барлық оқушы: <ul style="list-style-type: none"> - ресурстарды дұрыс пайдаланудың қаншалықты маңызды екенінін түсіне алады; Ойын барысында пайда болған дағдылар: <ul style="list-style-type: none"> - командамен жұмыс істей алу, ұжымдық межелер 	

	<p>белгілеу, мәмілеге келе білу және ортақ шешім қабылдауы.</p> <ul style="list-style-type: none"> - жетекшілік, өз көзқарасын мойындата білу; - маңызды ресурстарды дәйектей алу, адами капитал – ең маңызды ресурстың бірі екенін түсіну; - креативтік және айрықша ойлану қабілеттілігі.
Тілдік мақсаттар	<p>Оқушылар жұмыс барысында қысқа мазмұнды жазбалар жасап отырады (ауызекі тіл және жазбаша тіл, тыңдай білу дағдылары), Өз ойларын еркін жеткізе біледі</p> <p>Пәнге сәйкес келетін лексика және терминология: Өндіріс ресурстары (табиғи, материалдық, еңбек, ақпараттық, қаржылық), өндіріс факторлары (жер, капитал, еңбек, кәсіпкерлік қабілет, ақпарат)</p> <p>Диалог және жазба жасауға арналған сөйлем жинағы: Менің ойымша....., мен келісемін, мен.....келіспеймін.</p>
Құндылықтарға баулу	<p>Өсіп келе жатқан ұрпақты тәрбиелеудегі барлық құндылықтар – сыйластық, достық, толеранттылық, махаббат және өзара көмек, көмек беруге дайындылық.</p>
Пән аралық байланыстар	<p>Экономика. Риторика. Математика, География, Тарих</p>
Алдыңғы білім	<p>Өндіріс ресурстары (табиғи, материалдық, еңбек, ақпараттық, қаржылық), өндіріс факторлары (жер, капитал, еңбек, кәсіпкерлік қабілет, ақпарат)</p>

Сабақ барысы

Жоспарланған сабақ кезеңдері	Сабақтағы жоспарланған іс – әрекеттер	Ресурстар
<p>Сабақтың басы 2 мин.</p>	<p>8. Ұйымдастыру кезеңі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білімді меңгеруге дайындайды; - оқу үрдісінде мотивация беруге жағдай қалыптастырады. <p>«Көңіл - күй неге ұқсас» ойыны</p> <p>Ойыншылар олардың бүгінгі көңіл - күйлері неге (қай жыл мезгіліне, ауа райына, табиғаттың құбылысына) ұқсас екенін айтып береді. «Менің қазіргі көңіл - күйім көгілдір аспандағы жылы, жұмсақ күннің көзіне ұқсайды, ал сенің ше?».</p> <p>Жаттығу шеңбер бойымен жалғаса береді. Ойынның сонында жауаптар қорытындыланады, бүгінгі шеңберіміздегі балалардың көңіл - күйі қандай екен: қайғылы, көңілді, күлкілі, ашулы т. б. Жауаптардың қорытындысын шығарған кезде, жағымсыз ауа райы, суық, жанбыр, түнерген аспан сияқты элементтері агрессивті, қобалжу күйлердің көрсеткіштеріне назар аударыңыз.</p> <p>Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау</p> <p>«Egg Drop» ойыны</p> <p>Ойын барысында оқушылар ресурстарды дұрыс пайдаланудың қаншалықты маңызды</p>	<p>«Көңіл - күй неге ұқсас» ойыны</p>

<p>Сабақтың ортасы 30 минут</p>	<p>екенін түсінеді. Ойынды бастау сәті кезінде олардың жетістікке жету мүмкіндіктері бірдей болады. Олардың өздеріне тиесілі материалдық және адами ресурстарды дұрыс пайдалана білуі ғана олардың тапсырманы қаншалықты сәтті орындай алатындығын көрсетеді</p> <p><i>Ойын ережесі</i></p> <p>Оқушылар өздерінде бар виртуалды ақшаны (5000 алтын) пайдалана отырып, болашақта қажет болатын ресурстарды сатып алуы керек. Сатып алынған ресурстарды пайдаланып, жұмыртқаны адам бойымен бірдей биіктіктен тастаған кезде жарылып қалмайтындай етіп құрылым жасау қажет</p> <p>Ресурстар</p> <p>Бастапқы капитал: 5000 алтын. Ресурстар бағасы: скотч 1 м – 1000 алтын, қағаз құжаттарды сақтауға арналған файл – 800 алтын, пластикалық түтікше – 300 алтын, кеңсе өшіргіші – 100 алтын және жұмыртқа.</p> <p>Топ көлемі 4-5 адамнан тұратын топтар. Команданың әр қатысушысында әртүрлі құзыреттіліктері бар топтарды қалыптастыруға тырысыңыз.</p> <p><i>Ойын барысы</i></p> <p>1. Әр командаға ресурстар сатып ала алатындай етіп қолдан салынған банкнот түріндегі виртуалды 5000 алтыннан үлестіріледі (немесе оларға жаратуға арналған 5000 алтыны бар екені туралы ауызша айтылады). Қандай ресурстар қажет болатыны жайлы кеңесу үшін 7 минут берілетінін оқушыларға түсіндіріңіз.</p> <p>2. Енді, әр команда өз құрамасының ішінен басқа командаға ауысатын бір қатысушыны таңдайды. Сол себепті әр командада жаңа ойыншы пайда болады. Сөйтіп оқушыларға кез келген өндіріс үшін ең маңызды ресурс, яғни адам капиталын қайта қарастыру үшін 3 минут уақыт беріледі.</p> <p>3. Енді оқушылар өз құрылымын жасауға кірісе алады. Құрылым жасау барысында оқушыларға көмектеспеген дұрыс. Егер оқушылар жұмыртқаны файлға салуды ұйғарса, онда ол сынып бөлмесіне шашылмайды. Ал егер олар басқа тәсілді қолданатын болса, онда сізге 10 минуттық ойынның нәтижесінде сыныптың тазалығын қалай сақтау керектігі туралы ойланғаныңыз жөн.</p> <p>4. Жұмыртқаға арналған құрылымдар дайын болған соң, сіз жұмыртқаны әр құрылымда өз бойыңызбен бірдей биіктіктен лақтырасыз – 5 минут.</p> <p>5. Өткен сабақтардың теориясына сүйене отырып қорытынды жасаңыз – 15 минут.</p>	<p>«Ми шабуылы». Сабақ презентациясы</p> <p>10 сыныпқа арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығы. Авторлары; Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова. 1-бөлім</p> <p>Әр командаға арналған ресурстар: 1 жұмыртқа, 5000 алтын (виртуалды, сонымен қатар белгіленген құны көрсетілген қолдан салынған банкнот түрінде болуы да мүмкін), таңдауына қарай ресурстар, скотч, қағазқұжаттарды сақтауға арналған ашық файл, сусындарға арналған пластикалық</p>
-------------------------------------	---	---

		түтікшелер, кеңсе өшіргіштері
Сабақтың соңы 10 мин	Егер сіз тапсырманы орындай алсаңыз — сізді құттықтаймыз! Сіз – тамаша командасыз, және сіздің табысыңыз – ол сіздің ұйымшылдығыңыздың және барлық қолда бар ресурстарды шебер пайдаланудың жемісі. Егер сіздің жұмыртқаңыз жарылып қалса – көңіліңізді түсірмеңіз және қайта ойыннан қандай тұжырым алуға болатынын ойланыңыз. Сіздің қатеңіз неде болды? Сізде екінші мүмкіндік болғанда, сіз оны қалай түзетер едіңіз? Сіз командалық жұмысыңызды басқаша ұйымдастырар ма едіңіз? Оқулық бойынша оқушыларға төмендегі сұрақтарды қойыңыз: 1. Берілген жұмыртқа немесе 5000 алтын нені білдіреді? 2. Ойын барысында командаңыздағы әр ойыншының өзіндік құзыреттілігінің қаншалықты маңызды рөлі болғаны туралы ойлаңыз? Ойын барысында командалар не себепті ойыншылармен алмасты? Одан қандай қорытынды шығардыңыз? 3. Сабақты қорытындылаңыз: тапсырмадан қандай нәтиже шығардыңыз? 4. Келешекте сіз алынған нәтижелерді пайдалана аласыз ба? Қалай?	
Рефлексия	«Алақан» әдісі арқылы Бас бармақ– керемет әрі қызықты болды...! Екінші бармақ– осыған көңіл бөлуім керек.... Ортаңғы бармақ– менің ұсынысым... Төртінші бармақ– топта бірлескен жұмыс... Кішкентай бармақ– маған жеткіліксіз болды...	
Саралау- Сіз қосымша көмек көрсетуді қалай жоспарлайсыз? Қабілеті жоғары оқушыларға қандай міндет қоюды жоспарлайсыз?	Бағалау - Оқушылардың үйренгенін, материалды меңгергенін тексеруді қалай жоспарлайыз?	Денсаулық және қауіпсіздік техникаларын қадағалау
1. Диалог құра отырып оқыту 2. Топтардағы жұмыс 3. Жаңа ақпарат көздерімен жұмыс жасау бойынша саралау жаңа материалды игеру кезеңінде жүргізіледі.4.Әр түрлі деңгейдегі тапсырмаларды оқушыларға ұсынылатын сабақты бекіту кезеңінде саралау жүргізіледі. Топтарда әр оқушыға рөл	Бағалау формасы «Ду қол шапалақ», «Лайк» (👍). Өзін-өзі бағалау, өзара бағалау, ұжымдық бағалау Белсенді қатысқан оқушыларды мадақтау. Оқушыларды ынталандыру.	Денсаулық сақтаушы технологиясы Физминуттар қолдану. Белсенді іс-әрекет түрлері. Қауіпсіздік техникасы тәртібі.


беру, топ ішінде әр оқушының белсенділік танытуын, өзара көмек және өзара қолдау жасауға дайындығын болжайды		
--	--	--

Сабақ жоспары

Бөлім «Әрекеттегі маркетинг»	Мектеп:	
Күні:	Мұғалімнің аты-жөні:	
Сынып: 10	Қатысқандар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Мақсатты аудитория, сегменттеу.	
Осы сабақта қол жеткізетін оқу мақсаттары(оқу бағдарламасына сілтеме)	10.3.5.1 тұтынушыны сегменттеудің мәні мен қағидаларын түсінеді; 10.3.5.2 белгілі бір мақсатты аудиториялардың қажеттіліктерін анықтайды.	
Сабақтың мақсаты	- Мақсатты аудитория қажеттілігін анықтау үшін сегментация туралы алған білімдерін тәжірибеде қолдануды үйрену.	
Бағалау критерийі (Күтілетін деңгейлік нәтижелер)	<p>Барлық оқушы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тұтынушыны сегменттеудің мәні мен қағидаларын түсінеді; - белгілі бір мақсатты аудиториялардың қажеттіліктерін анықтай алады <p>Оқушылардың көбісі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - өз өнімі бойынша мақсатты тұтынушы профилін толтыра алады; - кестеден өнімді сегменттеу үшін маңызды деп санайтын критерийлерді таңдай алады, таңдауын түсіндіре алады - өнімге қолайлы сегменттеу стратегиясын таңдай алады (біріктірілген, сараланған немесе концентрацияланған). - өз өніміне сүйенетін сегментті таңдай алады, таңдалған сегменттің тартымдылығын бағалауды келесі критерийлерге сәйкес жүргізе біледі. <p>Оқушылардың кейбірі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - өз тұжырымдамалары мен қорытындыларын негіздей алады. 	
Тілдік мақсаттар	<p>Оқушылар жұмыс барысында қысқа мазмұнды жазбалар жасап отырады (ауызекі тіл және жазбаша тіл, тыңдай білу дағдылары)</p> <p>Пәнге сәйкес келетін лексика және терминология: Мақсатты аудитория, сегмент, сегментация, нарық сегментациясы, дискрипторлар, мұқтаждық, қажеттілік, мақсатты тұтынушы профилі</p> <p>Диалог және жазба жасауға арналған сөйлем жинағы: Менің ойымша.....; мен..... келісемін; мен.....келіспеймін.</p>	

Құндылықтарға баулу	Өсіп келе жатқан ұрпақты тәрбиелеудегі барлық құндылықтар – сыйластық, достық, толеранттылық, махаббат және өзара көмек, көмек беріге дайындылық
Пән аралық байланыстар	Экономика. Риторика. Математика, География, Тарих

Сабақ барысы

Жоспарланған сабақ кезеңдері	Сабақтағы жоспарланған іс –әрекеттер	Ресурстар
Сабақтың басы 6 мин.	<p>Ұйымдастыру кезеңі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мұғалім оқушыларды оқу іс-әрекетіне және жаңа білімді меңгеруге дайындайды; - оқу үрдісінде мотивация беруге жағдай қалыптастырады. <p>«Мақсаттар ағашы»</p> <p>Ватман (флипчарт) бетінде ағаш бейнеленген</p> <p>Әрбір оқушы жасыл түсті жапырақтарды оналастырады. Жапырақтың бір жағына өзінің жеке мақсатын жазады (нені білгім, нені түсінгім келеді, осы тақырып бойынша қандай ақпараттарды алуға болады).</p>  <p>Бүгінгі сабақта барысында сіздер табандылық, белсенділік танытып, бір – біріңізбен жақсы қарым-қатынаста болсаңыздар, сабақ табысты деңгейде өтеді деп үміттенемін!</p> <p>Сабақтың мақсаты мен тақырыбын анықтау</p> <p>Өткен сабақта сіздер мақсатты аудиторияның және нарықты сегменттеудің не екенін, сонымен қатар сегменттеуді қалай жүргізу керегін және ол үшін қандай стратегияларды қолдану қажеттігін біл. Осы сабақта өзіңіз таңдаған өнімге тәжірибе барысында сегмент жүргізе аласыз.</p> <p>1. Төменде келтірілген белгілерге сәйкес өзіңіздің өніміңіз бойынша мақсатты тұтынушы профилін толтырыңыз. Сонымен қатар өзіңіз маңызды деп санайтын, зерттеуіңіздің барысында анықталған белгілеріңізді де қоссаңыз болады.</p>	<p>«Мақсаттар ағашы» ойыны.</p> <p>Ватман немесе флипчарт . жасыл түсті жапырақтар</p>

<p>Сабақтың ортасы 20 минут</p>	<table border="1" data-bbox="488 174 1126 734"> <tr> <td>Мақсатты тұтынушы ПРОФИЛІ ӨНІМ _____</td> <td>ӨЗІҢІЗДІҢ КӨРГҢІЗ КЕЛЕТІН МАҚСАТТЫ ТҰТЫНУШЫҢЫЗДЫҢ БЕЙНЕСІН СИПАТТАҢЫЗ</td> </tr> <tr><td>Жынысы</td><td></td></tr> <tr><td>Жасы</td><td></td></tr> <tr><td>Отбасы</td><td></td></tr> <tr><td>Балалары</td><td></td></tr> <tr><td>Стилі / өмір сүру салты / қызығушылықтары</td><td></td></tr> <tr><td>Кірісі</td><td></td></tr> <tr><td>Тұрғылықты мекенжайы (өңір, қала, ауылдық округ)</td><td></td></tr> <tr><td>Мамандығы</td><td></td></tr> <tr><td>Сатып алу жиілігі</td><td></td></tr> <tr><td>Жеке құндылықтары</td><td></td></tr> <tr><td>Өмірлік қызығушылығы</td><td></td></tr> <tr><td>Өнімнен не күтеді</td><td></td></tr> <tr><td>Қосымша критерийлер:</td><td></td></tr> </table> <p>2. Кестеден өнімді сегменттеу үшін маңызды деп санайтын критерийлерді таңдаңыз. Таңдауыңызды түсіндіріңіз.</p> <p>3. Өнімге қолайлы сегменттеу стратегиясын таңдаңыз (біріктірілген, сараланған немесе концентрацияланған). Стратегияны таңдауыңызды дәлелдеңіз.</p> <p>4. Сонымен сіздің өніміңіз сүйенетін сегментті таңдай аласыз. Ол қандай сегмент?</p> <p>5. Таңдалған сегменттің тартымдылығын бағалауды келесі критерийлерге сәйкес жүргізіңіз.</p> <table border="1" data-bbox="488 1218 1163 1626"> <tr> <td> <p>Сыйымдылық</p> <p>1. Болашақ сатылымдарды бағалау үшін таңдалған сегментті өлшей аласыз ба? Оның мөлшерін және сату көлемін көрсетіңіз.</p> <p>2. Одан әрі өсе түсуге әлеуеті бар ма? Мұны қалай түсінесіз?</p> </td> <td></td> </tr> <tr> <td> <p>Қолжетімділік</p> <p>1. Компания таратушы арналарға (дүкен, тұтынушыларға өнімге баратын орындар және т. б.) қол жеткізе ала ма?</p> </td> <td></td> </tr> <tr> <td> <p>Тұрақтылық</p> <p>1. Таңдалған сегмент тұрақты ма? Оның артықшылықтары жылдам өзгере ме?</p> </td> <td></td> </tr> </table>	Мақсатты тұтынушы ПРОФИЛІ ӨНІМ _____	ӨЗІҢІЗДІҢ КӨРГҢІЗ КЕЛЕТІН МАҚСАТТЫ ТҰТЫНУШЫҢЫЗДЫҢ БЕЙНЕСІН СИПАТТАҢЫЗ	Жынысы		Жасы		Отбасы		Балалары		Стилі / өмір сүру салты / қызығушылықтары		Кірісі		Тұрғылықты мекенжайы (өңір, қала, ауылдық округ)		Мамандығы		Сатып алу жиілігі		Жеке құндылықтары		Өмірлік қызығушылығы		Өнімнен не күтеді		Қосымша критерийлер:		<p>Сыйымдылық</p> <p>1. Болашақ сатылымдарды бағалау үшін таңдалған сегментті өлшей аласыз ба? Оның мөлшерін және сату көлемін көрсетіңіз.</p> <p>2. Одан әрі өсе түсуге әлеуеті бар ма? Мұны қалай түсінесіз?</p>		<p>Қолжетімділік</p> <p>1. Компания таратушы арналарға (дүкен, тұтынушыларға өнімге баратын орындар және т. б.) қол жеткізе ала ма?</p>		<p>Тұрақтылық</p> <p>1. Таңдалған сегмент тұрақты ма? Оның артықшылықтары жылдам өзгере ме?</p>		<p>«Ми шабуылы».</p> <p>Сабақ презентациясы</p> <p>10 сыныпқа арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқулығы.</p> <p>Авторлары; Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова.</p> <p>2-бөлім</p>
Мақсатты тұтынушы ПРОФИЛІ ӨНІМ _____	ӨЗІҢІЗДІҢ КӨРГҢІЗ КЕЛЕТІН МАҚСАТТЫ ТҰТЫНУШЫҢЫЗДЫҢ БЕЙНЕСІН СИПАТТАҢЫЗ																																			
Жынысы																																				
Жасы																																				
Отбасы																																				
Балалары																																				
Стилі / өмір сүру салты / қызығушылықтары																																				
Кірісі																																				
Тұрғылықты мекенжайы (өңір, қала, ауылдық округ)																																				
Мамандығы																																				
Сатып алу жиілігі																																				
Жеке құндылықтары																																				
Өмірлік қызығушылығы																																				
Өнімнен не күтеді																																				
Қосымша критерийлер:																																				
<p>Сыйымдылық</p> <p>1. Болашақ сатылымдарды бағалау үшін таңдалған сегментті өлшей аласыз ба? Оның мөлшерін және сату көлемін көрсетіңіз.</p> <p>2. Одан әрі өсе түсуге әлеуеті бар ма? Мұны қалай түсінесіз?</p>																																				
<p>Қолжетімділік</p> <p>1. Компания таратушы арналарға (дүкен, тұтынушыларға өнімге баратын орындар және т. б.) қол жеткізе ала ма?</p>																																				
<p>Тұрақтылық</p> <p>1. Таңдалған сегмент тұрақты ма? Оның артықшылықтары жылдам өзгере ме?</p>																																				
<p>Сабақтың соңы 10 мин</p>	<p>Отандық өндірушінің өнім жобасын жасауға қатысты оқушыларға аталған өнім тұтынушысының сегментациясын барынша жасау ұсынылады. Аяқталу формасы – өнім атауы және өндіруші #хэштегі жазылған ғаламтордағы пост.</p>																																			
<p>Рефлексия</p>	<p>Сабақтың соңында оқушылар өзінің мақсатына толық немесе жартылай жеткен, жетпегендігі жөнінде жазады.</p>	<p>Ватман немесе флипчарт . жасыл түсті жапырақтар</p>																																		

Саралау - Сіз қосымша көмек көрсетуді қалай жоспарлайсыз? Қабілеті жоғары оқушыларға қандай міндет қоюды жоспарлайсыз?	Бағалау - Оқушылардың үйренгенін, материалды меңгергенін тексеруді қалай жоспарлайыз?	Денсаулық және қауіпсіздік техникаларын қадағалау
Материалды талқылау барысында оқушыларды бақылау. Оқушылардың толық және дәйекті жауаптарын есепке алу, үлгерімі нашар оқушылар өздерінің білімдерін және материалды түсінгендерін көрсетулері қажет, ал үлгерімі жоғары оқушылар тәуелсіз түрде толық және дәйекті жауаптар береді, сонымен қатар материалды талдау барысында көбірек дәлелдер келтіреді. Оқушылардың білімдерін кеңейтуге арналған қосымша білім көздерін пайдалануға мүмкіндік беру.	Сабақ барысында өзін-өзі бағалауды және өзара бағалауды ұйымдастыру. Оқушылар дескрипторлар бойынша бағалау жүргізеді. Мұғалім де бағалайды және кері байланыс жасайды. Сабақ соңында мұғалім оқушыларға олар сабақтың мақсатына жеткендігін, не жетпегендігін айтады	Сабақ барысында оқушылардың қауіпсіздігін бақылау.

Сабақ жоспары

Бөлім. Стартап-акселератор	Мектеп:	
Күні:	Мұғалімнің аты-жөні:	
11 сынып	Қатысқандар саны:	Қатыспағандар саны:
Сабақтың тақырыбы	Стартаптардағы пайда арналары	
Оқу мақсаттары	11.1.7.1 АВ-тест, пайда түсімі арналарының мәнін түсіну; 11.1.7.2 кіріс құрылымын талдау; 11.1.7.3 оқу-ойын жағдайында АВ-тестіні талдау мақсатында қолдану	
Сабақтың мақсаты	<ul style="list-style-type: none"> - А/Б тестілеуді үйренеді - А/Б тестілеуді өз стартапына қолданады 	
Бағалау критерийлері	<ul style="list-style-type: none"> - А/Б тестілеуді біледі - А/Б тестілеуді қолдана алады 	
Тілдік мақсаттар	Лексика мен терминология: А/Б тестілеу Диалог құруға арналған сөз тіркестері: <i>А/Б тестілеу жүргізу үшін мыналар қажет...</i>	
Құндылықтарға баулу	«Рухани жаңғыру» және «Мәңгілік ел» ұлттық идеясына негізделген құндылықтар: қазақстандық патриотизм	

	және азаматтық жауапкер-шілік; ұлттық сана; прагматизм; құрмет; ынтымақтастық; еңбек және шығармашылық; ашықтық; өмір бойы білім алу; бәсекелік қабілет. Сабақ барысында оқушылар бір-бірін тыңдауды және басқа оқушылардың пікірін құрметтеуді; өз бетінше тұжырым жасауды; алған білімдерін шынайы өмірмен салыстыруды үйренеді. Олар өздерінің әлсіз және күшті жақтарын айқындауды және бірін-бірі толықтыра отырып басқа адамдармен әрекеттестік жасауды үйренеді.	
Пәнаралық байланыс	Әдебиет: өз пікірін жеткізе білу. Өзін-өзі тану: өзара сыйластық, лидерлік қасиеттер және т.б. таныту. Маркетинг. Дизайн-ойлау. Экономика. Қаржы.	
АКТ пайдалану	Интерактивті тақтаны және интернет ресурстарды пайдалану.	
Алдыңғы тақырыптар	Бизнес-модель канвасы, маңызды құндылықты анықтау. Бизнес-жоспардың құрылымы. Стартап-жобалардағы маркетинг. Стартап-жобалардағы коммуникация арналары. Тұтынушылық және сатып алушылық бейілділік	
Сабақтың кезеңдері	Сабақтың барысы	Ресурстар
Сабақтың басы 5 минут	Мұғалім оқушылармен амандасып, осы сабақта олардың тоқсанды аяқтайтынын және тоқсан бойы өздері ментормен және топтарда пысықтаған бизнес-модель бойынша қорытынды шығаратындарын хабарлайды. Әрбір сегментке сату үшін өз идеяларын сынайтын уақыт келді. Бұған дейін біз қандай клиентке және қандай проблеманы шешу немесе қандай қызметті ұсыну релевантты болады деп болжадық. Бірақ енді клиентке «шығу» керек және одан қандай өнім қызықтырады деп тікелей сұрау керек. Осылайша, біз өз өнімдерімізді сынауға тиіспіз.	Оқулық
5 минут	Оқушылар А/Б тестілеу туралы мысалдарды талдаумен және теориялық бөліммен танысады. Олардың басты меңгеретіндері: А / Б тестілеу үлкен мүмкіндіктер ашады. Ең бастысы, ол сіздің клиенттеріңіздің талғамы мен қалауы туралы тегін білуге мүмкіндік береді. А/Б тестілеу туралы сөз болғанда, жаман нәтиже – бұл да нәтиже. Тым болмағанда тұтынушыларға «А» нұсқасы ұнамайтынын білесіз. Мүмкін, «А» және «Б» нұсқаларымен бірге – «В» нұсқасын әзірлейтін шығарсыздар немесе ешкімге қажеті жоқ тауарды немесе қызметті өндіруден бас тартып, басқа нәрсемен айналысарсыз. А/Б тестілеу жүргізу үшін 1) нақты гипотеза құру және 2) табыстың баға көрсеткіштерін таңдау қажет. Бұл жерде оқушылармен өз стартаптарына қандай көрсеткіштер ала	
		Оқулық

<p>Сабақ ортасы 10 минут</p>	<p>алатынын талқылау керек. Тестілеу қандай артықшылықтар береді? Ол неге тікелей әсер етеді?</p> <p>А/Б тестілеуді олардың стартапының операциялық қызметіндегі кез келген өзгеріске, пайдаланушылардың «дейін» және «кейін» жағдайына реакциясын салыстыру қажет болғанда қолдануға болатынын тағы да атап өту керек.</p>	
<p>20 минут</p>	<p>Бірінші тоқсанның қорытындысын мұғалім оқушылармен бірге талдап, шығарады. Ол үшін оқушыларға командаларды жинап, мына сұрақтарға жауап беруді мұғалім ұсынады:</p> <p>1) қазіргі таңда сіздің жобаңыз қандай сатыда, осы тоқсанда үшін оны іске асыруда қаншалықты алға жылжыдыңыз?</p> <p>2) сіздің жобаңыз туралы ментор сізге не деді? Оның ұсыныстарын қалай пайдаланасыз?</p> <p>3) сіз өз нәтижелеріңізге қанағаттанасыз ба? Екінші тоқсанда сіз нені өзгертер едіңіз?</p> <p>Егер басқа топтарда сұрақтар болса, барлық топтарды тыңдаңыз, пікір алмасуға мүмкіндік беріңіз.</p>	
<p>Сабақ соңы</p>	<p>2-тапсырма</p> <p>1) өз өніміңіз немесе қызметіңіз үшін MVP-дің кем дегенде екі нұсқасын әзірлеңіз.</p> <p>Егер сіз нақты өнім өндірсеңіз, кем дегенде, осы өнімнің екі түрін жасаңыз (біз талқылаған таяқшадағы және таяқшасыз мұз кәмпит). Егер сіз әзірше өнімді өзіңіз жасай алмасаңыз, Instagram-да екі шот жасаңыз немесе сіздің өніміңізді немесе қызметіңізді жарнамалайтын екі түрлі плакат жасаңыз.</p> <p>2) Сіздің стартап үшін негізгі арналар, сондай-ақ өз клиенттеріңіздің аватарлары ретінде қандай арналарды анықтағаныңызды еске түсіріңіз және осы арналар арқылы сіздің өніміңіздің екі нұсқасын көрсетіңіз.</p> <p>3) Өз өніміңіздің нұсқаларының табыстылығын немесе сәтсіздігін бағалайтын критерийлерді анықтаңыз. Мысалы, сізден «Б» өніміне қарағанда «А» өнімін көбірек сатып алды; немесе Instagram-да сіздің парақшаңызда «А» парақшасына «Б» парақшасына қарағанда көбірек лайк қойды; немесе «Б» өніміне қарағанда «А» өнімі туралы сұрау үшін көбірек хабарласты; немесе сіздің «А» плакатыңыз «Б» плакатына қарағанда пайдаланушылардың көбірек санына ұнады және т.б.</p> <p>4) Аналитикалық деректерді жинаңыз және әлеуетті клиенттеріңізге өнімнің қай нұсқасы көбірек ұнайтыны туралы қорытынды жасаңыз.</p> <p>Мұғалім 3-тармаққа назар аудартып, бір топтың өз критерийлерін айтып беруін және оның үлгісімен қалай жұмыс істейтінін тағы да бір рет түсіндіруіне болады.</p>	<p>Оқулық, толтыруға арналған шаблондар</p>

Рефлексия	<p>Оқушылар өз біліктерін мақсатқа сәйкестендіреді:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мен қиналдым - Мен түсінбедім - Мен білдім, үйрендім 	
<p>Сараланған оқыту. Сіз оқушыларға қосымша қолдау көрсетуді қалай жоспарлайсыз? Оқушыларға қандай міндеттер қоюды жоспарлайсыз?</p>	Бағалау	Қауіпсіздік ережесі
<p>Материалды талқылау кезін- де оқушыларды бақылау. Оқушылардың бәрі материалды білетінін, түсінетінін көрсете алуы керек, ал мотивациясы жоғары оқушылар дербес толық және дәйекті жауап береді, сондай-ақ материалды сараптау кезінде көп дәлел келтіреді. Оқушылардың білімін кеңейту мақсатында қосымша білім беру ресурстарын қолдану мүмкіндігін ұсынады. Нақты бір оқушыдан күтілетін нәтижеге бағытталған тапсыр- маларды таңдау жүзеге асырылады. Оқушының жеке қасиеттерін ескере отырып оқу материалы мен ресурстарын таңдауда жеке қолдау көрсетіледі (Гарднер бойынша алуан түрлі интеллекті теориясы). Дифференциация - сабақтың кез келген кезеңінде уақытты тиімді пайдалануды ескере отырып қолданылуы мүмкін..</p>	<p>Сабақ барысында өзін-өзі бағалауды және өзара бағалауды ұйымдастыру. Оқушылар дескрипторлар бойынша бағалау жүргізеді. Мұғалім де бағалайды және кері байланыс жасайды. Дескрипторлар: - табыс арнасы, АВ- тестінің мәнін түсіне алады. - кіріс құрылымын сараптай алады. - оқу-ойын ситуацияларын сараптау мақсатында АВ-тестті қолдана алады.</p>	<p>Сабақ барысында оқушылардың қауіпсіздігін бақылау. Оқушыларды тапсырма орындау барысында олардың денсаулығын сақтауға көмек болатын қарапайым шарттарға үйрету</p>
<p>Рефлексия Сабақтың мақсатына/оқу мақсаттарына жеттіңіз бе? Бүгін балалар не үйренді?</p>	<p>Өзін-өзі тексеруге арналған сұрақтар: 1. «Презентация» дегеніміз не? 2. Презентация кезінде тыңдаушылар қандай жағдайды бастан өткереді?</p>	

<p>Оқу аясы қандай болды? Сараланған оқу болды ма? Уақытты тиімді пайдалана алдыңыз ба? Жоспарға қандай өзгерістер және неліктен енгізілді?</p>	<p>3. Презентацияға қалай дайындалу керек? Презентацияға дайындаудың қандай әдістерін білесіз? Олардың әрқайсысының ерекшелігі неде? 4. Аудиторияға қалай әсер етуге болады? 5. Бірінші тоқсанда жасаған бірінші презентациямен салыстырғанда соңғы презентация көлемі қалай өзгерді? 6. Сіз жеке өмір стратегияңызды таныстыра алдыңыз ба? Презентациядан кейін қандай қорытынды жасай аласыз?</p>
---	---

3.3 «Есептелінді/есептелінген жоқ» қою бойынша әдістемелік ұсынымдар

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша жиынтық бағалау жүргізілмейді. Формативті бағалау пәнді оқу барысында білім алушылардың оқу жетістіктеріне мониторинг жүргізу және оқу процесінде оларға қолдау көрсету мақсатында жүргізіледі. Тоқсан мен оқу жылының соңында «есептелді» /«есептелген жоқ» қойылады.

10 сыныпқа арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні бойынша сынақ қою талаптары: [22]

1-тоқсан. *«Экономикалық құбылыс ретіндегі кәсіпкерлік»*. Оқушылар:

- «Дара кәсіпкер», «бизнесмен», «қажеттілік», «игілік» түсініктерін түсінеді;

- Кәсіпкерлік негіздерінің пәнін, мақсаттары мен міндеттерін түсінеді;

- Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерліктің тарихын талдай біледі;

- Экономикадағы кәсіпкерліктің мағынасын түсінеді;

- Микроэкономика мен макроэкономика арасындағы айырмашылықты түсінеді;

- Кәсіпкерлікті жеке мотивация мен өзін-өзі іске асыру формасы ретінде қарастырады;

- Кәсіпкер біліктілігі ретінде идеяның қалыптасу маңызын бағалайды;

- Бизнес-идеяны қалыптастыру құралын қолданады;

- Тауар мен қызмет көрсетулер өндірісіне қажетті ресурстар мен факторларды біледі;

- Тауар мен қызмет көрсетулер өндірісіне қажетті ресурстар мен факторлар арасындағы айырмашылықты түсінеді;

- Сұраныс пен ұсыныс заңдарын түсінеді;

- Сұраныс пен ұсынысқа әсер ететін факторларды біледі;

- Нарықта тепе-теңдіктің қалыптасуы, артықшылық пен тапшылықты біледі;

- Негізгі факторлардың өзгерісіне нарықтың бейімделу үрдісі ретінде сұраныс пен ұсыныс икемділігін түсінеді.

2-тоқсан. *«Заманауи жағдайлардағы кәсіпкерлік»*. Оқушылар:

- Экономикалық құбылыс ретінде кәсіпкерлікті талдайды;

- Заманауи жағдайларда кәсіпкерліктің даму факторларын біледі;

- Кәсіпкерлік қызмет түрлерін ажырата біледі;
- Мемлекет экономикасындағы, соның ішінде Қазақстандағы шағын және орта бизнестің рөлін түсінеді;
- Кәсіпкерліктің ұйымдастырушылық-құқықтық формаларын ажырата біледі
- Стартап түсінігін сипаттайды;
- Стартап пен жұмыс істеп тұрған бизнестің айырмашылығын біледі;
- Қазақстанда кәсіпкерліктің дамуындағы географиялық-аймақтық ерекшеліктерін түсінеді;
- Қазақстандағы кәсіпкерліктің заманауи тенденцияларын танып біледі;
- Кәсіпкерліктің трендтерінің болашақ кезеңдеріндегі болжамын талдайды;
- Баға бойынша және бағалық емес, жетілген және жетілмеген бәсекелестік мысалдарын сипаттайды;
- Бәсекелестік стратегиясы мен бәсекелестер түрлерін сипаттайды;
- Баға бойынша және бағалық емес бәсекені қолданудың тиімділігін бағалауды жасайды;
- Экономикалық категория ретінде баға қызметі мен мәнін түсінеді;
- Бағаны қалыптастырудың құрылымын сипаттайды;
- Баға саясатының мәнін түсінеді;
- Баға стратегияларын ажыратады.

3-тоқсан. *«Әрекеттегі маркетинг»*. Оқушылар:

- Маркетинг және оның қызметін түсіндіреді;
- Өнім мен кәсіпорынның маркетингілік стратегиясын ажыратады;
- 4P, 4C, маркетинг-микс құрамын түсінеді;
- 4P, 4C, қолдану форматын ажыратады;
- Кабинеттік және далалық зерттеулердің айырмашылығын біледі;
- Кабинеттік және далалық зерттеу әдістемесін қолданады;
- SWOT талдаудың тағайындалуын түсіну;
- Зерттелетін өнімнің күшті және әлсіз жақтарын бағалау кезінде SWOT-талдауды тәжірибеде қолданады;
- Тұтынушыны сегменттеудің мәні мен қағидаларын түсінеді;
- Белгілі бір мақсатты аудиториялардың қажеттіліктерін анықтайды;
- Брендтің негізгі құраушыларын біледі;
- Брендтің сипаттамалық және шығармашылық жағын ажыратады;
- Брендінің платформасын сипаттау үшін дағдыларды қолданады;
- ATL, BTL маркетингілік коммуникациялар кешенін ажыратады;
- ATL, BTL арқылы соңғы тұтынушыға дейін зерттелетін өнімнің/қызмет көрсетудің құндылықтарын жеткізу жоспарын ұсынады;
- Сандық маркетингтің мәнін түсінеді;
- Сандық маркетинг арқылы соңғы тұтынушыға дейін зерттелетін өнімнің/қызмет көрсетудің құндылықтарын жеткізу жоспарын ұсынады.

4-тоқсан. *«Ойлау дизайны»*. Оқушылар:

- Ойлау дизайнының мәнін түсінеді;

- Ойлау-дизайны қай жерде қолдануға болатынын түсінеді;
- Ойлау-дизайны тәсілдерін бизнес-идеяларды іздестіру мен бизнес-үдерістерді ұйымдастырудың дәстүрлі тәсілдерімен салыстырғандағы артықшылықтарын салыстырады;
- Жобаға тікелей немесе жанама әсер ететін тұтынушылар тобын анықтай біледі;
- Эмпатия қағидаларын түсінеді және тәжірибеде қолдана біледі;
- Сұхбат жасай білу және ондағы сұрақтар кезектілігін дұрыс ұйымдастыра алады
- Мәселені дұрыс айқындап және сипаттай біледі;
- Сұхбаттан алынған ең маңызды тұжырымдарды анықтайды;
- Ақпараттың маңызды сәттерін бөледі және оларды ары қарай қолдану үшін тиімді рәсімдей алады;
- Сұхбат кезінде алынған ақпаратты топтайды;
- Брейнсторминг қағидалары мен қажеттілігін түсінеді;
- Брейнстормингті жүргізу ережелері мен оларды сақтап, орындай алуды біледі;
- Брейнсторминг кезеңдерін білу және кезеңдерін сақтап, айтылған идеяларды жүйелеу және солардың ішінен ең жақсысын таңдайды;
- Прототип жасауды түсінеді және қағидаларын түсіндіреді;
- Прототип жасаудың негізгі әдістерін біледі және қолдана алуды үйренеді;
- Адамға бағытталған дизайн үшін тестілеудің маңызын түсінеді;
- Шешім қабылдау кезінде кері байланыстың маңызын және эмпатияны тереңірек дамыту мүмкіндігін түсінеді;
- Тәжірибеде алынған идеяларды қолдану мүмкіндігін бағалайды;
- Жасалынған жұмыс үдерісін сипаттау үшін сторителлинг қағидаларын түсінеді;
- Ойлау-дизайнымен жұмыс жасау кезінде алынған барлық білімдерді талдау, тұжырымдар жасау және болашақта берілген қағидаларды қолдана алатындығын дәлелдейді.

11 сыныпқа арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні бойынша сынақ қоюға арналған талаптар:

1-тоқсан. «Стартап акселератор (1)». Оқушылар:

- Кәсіпкер (стартапшы) үшін питчингтің мәні мен мағынасын түсінеді;
- Оқу-ойын жағдайында өз идеяларын іске асыру үшін питчинг дағдыларын қолданады;
- Команда мүшелері арасындағы рөлдерді анықтайды;
- Оқу-ойын жағдайында командаға қажетті адамдарды тарту үшін шешендік өнер дағдыларын қолданады;
- Бизнес модель түсінігін сипаттайды;
- Канва бизнес моделінің және бизнес-жоспардың құрылымын түсінеді;
- Оқу-ойын жағдайында өз стартап идеялары үшін маңызды құндылықтарды қалыптастыру дағдыларын қолданады;

- Стартап жоба үшін маркетингтің мәнін түсінеді;
- Тұтынушылар сегменттерін мен олардың қажеттіліктерін, нарық сыйымдылығын талдайды;
- Өміршеңдігі ең төмен өнімнің (MVP) қағидаларын түсінеді;
- Өз стартапында ең аз мөлшерде өнімді сату туралы шешім қабылдайды;
- Тұтынушыға құндылық «Қалай» (қандай арналар нәтижесінде) жеткізіледі? - деген сұраққа жауап береді;
- Қандай да бір коммуникация арналарын таңдау қандай пайда әкелетінін түсіндіреді;
- «Тұтынушылық және сатып алушылық бейілділік» түсінігін ажыратады;
- Коммуникация каналдары арқылы тұтынушылармен өзара қатынас стратегиясын құрады;
- АВ-тест, пайда түсімі арналарының мәнін түсінеді;
- Кіріс құрылымын талдайды;
- Оқу-ойын жағдайында АВ-тестіні талдау мақсатында қолданады.

2-тоқсан. *«Стартап акселератор (2)»*. Оқушылар:

- Стартаптарда ресурстардың мәні мен маңызын түсінеді;
- Адами, қаржылық, материалдық, интеллектуалды, бизнес ресурстарды ажыратады;
- Стартап үшін аутсорс пен серіктестіктің мәні мен мағынасын түсінеді;
- Серіктестіктің қағидаларын сипаттайды;
- Өз жобасы үшін серіктестер тізімін құру үшін дағдыларын қолданады;
- Операциялық қызметтің мәнін түсінеді;
- Өз стартапында операциялық қызметті анықтау үшін дағдыны қолданады;
- Салық және оның мемлекет үшін маңызын сипаттайды;
- Салық режимдерінің ерекшеліктерін ажырата біледі;
- Шығын құрылымын түсінеді;
- Стартап жобасында шығыс пен кіріс құрылымын талдайды;
- Стартап жобаның инвестициялық тартымдылығын түсінеді;
- Инвесторлардың назарын аудару үшін шешендік өнер (питчинг) дағдыларын қолданады.

3-тоқсан. *«Кәсіпкердің өзін-өзі жетілдіруі»*. Оқушылар:

- Актив және пассив, бюджеттің мәнін түсінеді;
- Кірістер мен шығындарды ажырата біледі;
- ҚР екі деңгейлі банктік жүйені ажыратады;
- Депозиттер мен кредиттің мәнін түсінеді;
- Кредиттік және депозиттік мөлшерлемеге әсер етуші факторы ретіндегі инфляция түсінігін түсінеді;
- Әлемдік ақша бірліктерінің жүйесін сипаттайды;
- Қолма қол және қолма-қол ақшасыз есеп айырысуды ажыратады;
- Депозиттік және кредиттік пайызды есептеуде дағдыларды қолданады;

- Қор нарығының жұмыс механизмін біледі;
- Қор нарығына экономикалық циклдардың әсерін біледі;
- Құнды қағаз түрлерінің айырмашылығын анықтайды;
- Жеке бюджетті басқарудың негізін түсінеді;
- Жеке бюджетті басқару құралдарын қолданады;
- Өзін-өзі алға жылжыту мәні мен оның құрамын және жеке брендингті түсінеді;
- Құзыреттілік пен біліктіліктің айырмашылығын анықтайды;
- Өз түйіндемесін құру дағдыларын қолданады;
- Оқу-ойын жағдайында жұмысқа орналасуда өзін-өзі дамыту дағдыларын қолданады;
- Адамдармен сенімді және ұзақ мерзімді қатынастың маңызы және өзара көмектесу қажеттігін түсінеді;
- Өз мәселесін шешу үшін екі жақты іс-әрекеттің кәсіби потенциалын пайдалану мүмкіндігін өз көзқарасымен суреттейді;
- Кәсіпкер үшін келіссөздердің маңызын түсінеді;
- Оқу-ойын жағдайы шеңберінде оқушылардың өзара қатынасындағы келіссөз дағдыларын қолданады;
- Эмоционалды интеллект мәні мен мағынасын түсінеді;
- Эмоционалды интеллектіні басқарудың көмегімен өз мақсаттарына жету мүмкіндіктерін зерттейді;
- Тайм-менеджментінің мәні мен мағынасын түсінеді;
- Өз тиімділігін арттыру мақсатында уақытты басқару дағдыларын қолданады.

4-тоқсан. *«Даму стратегиясы»*. Оқушылар:

- Бизнестің ауқымын кеңейту және оның мәнін түсінеді;
- Нарық дамуының болжамын талдайды;
- Дамудың базалық стратегияларының мәнін түсінеді;
- Экономикалық өсу, ЖҰӨ, ЖІӨ мәнін түсінеді;
- Бизнес дамуының қарқынды және экстенсивті тәсілдерін танып біледі;
- Сапаны басқару құрамын және оның мәнін түсінеді;
- Кайдзен қағидасын сипаттайды;
- Халықаралық бизнестің мәні мен мағынасын түсінеді;
- Ойындық түрде халықаралық нарыққа Қазақстан өнімдерін шығарудың стратегиясын құруда өзіндік көзқарасты қалыптастыру үшін халықаралық бизнестің аясынан факторларды синтездейді;
- Тұтынушылардың құқығын қорғауға бағытталған, мемлекет пен қоғамдық қозғалыс іске асырып отырған шаралар жиынтығымен танысады;
- Тұтынушылардың құқығын қорғау ұйымдарын ажырата біледі;
- Оқу-ойын жағдайында тұтынушылардың құқығын қорғау дағдыларын қолданады;
- Кәсіпкерлердің құқығын қорғауға бағытталған, мемлекет пен қоғамдық қозғалыс іске асырып отырған шаралар кешенімен танысады;
- Кәсіпкерлердің құқығын қорғау ұйымдарын ажырата біледі;

- Кәсіпкерлік пен бизнес қолдау институттарын сипаттайды;
- ШОБ-ты мемлекеттік қолдау түрлерін түсінеді;
- Оқу-ойын жағдайында кәсіпкерлердің құқығын қорғау дадыларын қолданады;
- Кәсіпкерлердің экономикалық, әлеуметтік, заңды, экологиялық, этикалық жауапкершілік түрлерін танып біледі;
- Мақсатты қоя білудің мәнін түсінеді;
- Мақсатты тиімді қою үшін мақсатты болжау құралын қолданады;
- Дұрыс мақсат қою арқылы жеке мансап стратегиясын құрады;
- Жеке өмір стратегиясын қорғау кезінде шешендік өнер дағдыларын қолданады.

ҚОРЫТЫНДЫ

Бүгінгі таңда жаңартылған білім беру бағдарламасы аясында оқушыларға білім берумен қатар, жеке тұлғаны мамандыққа бағдарлау, жылдам өзгеріп отырған қоғамдық өмірге бейімдеу маңызды екені белгілі.

Жаңартылған білім беру бағдарламасына сәйкес жүзеге асырылатын «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінің міндеті оқушылардың қаржылық сауаттылығын арттыру және ойлау, идея туындата білу, шынайы өмірдегі нақты жағдаяттарды шеше алу, өзіне, отбасына, қоғамға пайдасын тигізе алатын тұлға даярлап шығу мәселесі тұр. «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні кәсіпкерлік қызметтің негізгі ұғымдарымен таныстыруды, оқушының бойында кәсіби құзіреттіліктерді дамытуды, сондай-ақ келешекте өз бизнесін құра білу және оны тиімді басқара білуді қарастырады.

Пәнді оқыту барысында кәсіпкерлікке баулудың заманауи әдіс-тәсілдері мен технологияларын қолдану тиімді.

Әдістемелік ұсынымдаманың бірінші «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша жаңартылған мазмұндағы оқу бағдарламасының ерекшеліктері тарауында шетелдің бірқатар елдеріндегі, Ресейдегі кәсіпкерліктің дамуы мен жастарды кәсіпкерлікке баулу мәселелерін және олардың мектептеріндегі кәсіпкерлікке оқыту бағдарламаларын зерттей келе, Қазақстандағы отандық кәсіпкерліктің дамуына шолу жасалды. «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бағдарламасының ерекшелігі қарастырылды. «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бағдарламасында оқу процесі нақты тәжірибеге бағдарланған.

«Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқытуды ұйымдастырудың формалары мен әдістері тарауында мұғалімнің оқу процесінде қолдана алатын әдістемелік ұсынымдар берілген. Шынайы өмірлік жағдаяттарды талдап, шеше білуге жетелейтін оқыту технологиялары, тапсырмалар, жаттығулар, ойындар мен кейстер оқушылардың белсенділігі мен өмірге деген құлшынысын арттырады. Ұсынылған кейстер шынайы өмірден алынған және олардың шешу жолдарына оқушыларды креативті ойлауға жетелейтін сұрақтар берілді. Осы тарауда берілген геймификация әдісі, жоба әдісі, STEM білім беру мен TAMC әдістерін кеңінен қолдану материалды түсінуді жеңілдетіп қана қоймай, сондай-ақ шынайы жағдаяттарды шешуде оқушылардың бойында өмірлік дағдыларды қалыптастыруға бейімдейді.

Әдістемелік ұсынымдаманың үшінші тарауында берілген қысқа мерзімді сабақ жоспарлар мен сынақ қою талаптары мұғалімдерге тікелей әдістемелік көмек ретінде ұсынылған. Аталған әдістемелік ұсынымдамада мұғалімдерге «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» оқу пәні мазмұнының ерекшеліктері және оқушыларды болашақта кәсіби бағдарлануға жетелеуге бағыттайтын кейстерді шешу жолдары, геймификация әдісі арқылы нақты шынайы іс-әрекеттерді ұйымдастыруда басшылыққа алатын ұсыныстар берілген.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Хизрич Р. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. – Предприниматель и предпринимательство. – М.: Прогресс, 1991 ж.
2. «Жаңа жағдайдағы қазақстан: іс-қимыл кезеңі» атты Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы, 01 қыркүйек 2020 ж.
3. Кәсіпкерлік және бизнес негіздері: 11-сынып. Әдістемелік құрал Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов– Алматы:«Көкжиек-Горизонт», 2020 г.- 267 б.;
4. Кәсіпкерлік және бизнес негіздері: 10 сыныпқа арналған оқулық. 1-2 бөлім/Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы:«Көкжиек-Горизонт», 2019 ж.- 1бөлім - 144 с., 2-бөлім – 192 б.
5. Кәсіпкерлік және бизнес негіздері: Әдістемелік құрал 10-сынып. /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы:«Көкжиек-Горизонт», 2019 г.- 192 б.
6. Урванцева С.Е., Александрова И.С.Обучение основам предпринимательства в зарубежных школах // - М:Мектептегі экономика 2008 ж.
7. ДонниЭбенштейн. «Силаэмпатии». «Designers — think big!».Тим Браун на TED Talks.«Virtual crash course» от d.school Стэнфордского университета. 2014 ж.
8. Д.В.Акимов., О.В.Дичева. - Экономика дәрістері: Профильный уровень. М.: 2008 ж.
9. Максимов В.П. Учебно-предпринимательская деятельность школьников // пед.наука Дисс–Брянск, 2004 ж.
- 10.Котлер Ф. Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии. – СПб.: Нева, 2004. 192 б.
- 11.Основы предпринимательства и бизнеса: учебник для 11 класса. 1-2 часть/Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020 г.-1 часть-181 с., 2-часть-252 б.
- 12.Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 290 б.
- 13.Мартин Томич. «Придумай. Сделай. Сломай. Повтори. Настольная книга приемов и методов дизайн-мышления». М: Изд.Манн, Иванов и Фербер, 2019 ж.
- 14.Бланк С., Дорф Б. Стартап. Настольная книга основателя. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 615 б.
- 15.Б. З. Зельдович. Әдістемелік құрал «Деловые игры в управлении полиграфическими и издательскими процессами», МГУП, 2011ж
- 16.Галло К. Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 225 б.
- 17.«СТЕМ-білім берудің әлемде және Қазақстанда дамуы» «Білімді ел» №20 (57), 25.10.2016 ж.
- 18.Тим Браун. «Дизайн-мышление в бизнесе». Жанна Лидтка, Тим Огилви.

«Думай как дизайнер. Дизайн-мышление для менеджеров». М: Изд. Манн, Иванов и Фербер, 2014 ж.

19.Кови С. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 375 б.

20.Трейси Б. Выйди из зоны личного комфорта. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 144 б.

21.Гений А. Высокоэффективный тайм-менеджмент по Матрице Эйзенхауэра. – М.: АСТ, 2016. – 320 б.

22.Қазақстан республикасының білім беру ұйымдарында оқу процесін ұйымдастырудың ерекшеліктері туралы Әдістемелік нұсқау хат. Нұр-Сұлтан 2021 ж

23.Оксана Мороз «Дизайн-мышление.». Лаборатория Wonderfull. «Пост Наука» 2019 ж

24.Вэнс Э., Илон М. Tesla, SpaceX и дорога в будущее. – М.: Олимп-Бизнес, 2018. – 480 б.

25.Гений А. Высокоэффективный тайм-менеджмент по Матрице Эйзенхауэра. – М.: АСТ, 2016. – 320 б.

26.Гильбо К. Стартап за \$100. – М.: Миф, Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 241 б.

27.Дотлих Д. Тёмная сторона силы. Модели поведения руководителей, которые могут стоять карьеры и бизнеса. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 192 б.

28.Кавасаки Г. Стартап. – М.: Альпина бизнес Букс, 2010. – 350 б.

29.Қазақстан Республикасының Халық денсаулығы және жүйе туралы 2009 жылғы 18 қыркүйектегі № 193-IV қаулысымен бекітілген Кодексі

30. «Салықтар және басқа да міндеттер туралы» бюджетке төлемдер Қазақстан Республикасының (Салық кодексі) » 2017 жылғы 25 желтоқсандағы № 120-VI ҚРЗ Кодексі.

31.Кэтлин К., Мэтьюс Дж. Управление стартапом. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. 173 б.

32.Михайловиц М. Стартап без бюджета. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 200 б.

33.Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 290 б.

34.Солодар М. Воронка продаж в интернете. Инструмент автоматизации продаж и повышения среднего чека в бизнесе. – М.: Эксмо, 2018. – 180 б.

35. 2015 жылғы 29 қазандағы Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі №375-V ҚРЗ.

ҚОСЫМША

«Атамекен» ҰКП жобалық тобы «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнінің жетекші мұғалімдеріне ақпараттық-әдіснамалық қолдау көрсетуде. Оқытушыларды қолдау бойынша кері байланыс (жиі қойылатын сұрақтарға жауаптар) орнату мақсатында өңірлік WhatsApp чаттары, телеграмм-чат және телеграмм-арна құрылды. Табысты кәсіпкерлермен мұғалімдерге арналған вебинарлар мен қонақтарға арналған дәрістер үнемі өткізіліп тұрады.

Болашақ кәсіпкерлерге тегін білім беру мақсатында Atameken Academy білім беру платформасы құрылды. «Atameken» онлайн платформасында оқушылар мен мұғалімдер үшін «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша бейнесабақтар мен қосымша материалдар әзірленді, сондай-ақ «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша 10-сыныпқа және 11-сыныпқа арналған қазақ және орыс тілдеріндегі барлық сабақтар бойынша қысқа мерзімді жоспарлар әзірленіп, *atameken.co* сайтына орналастырылды.

BilimLand білім беру платформасында 10-11 сыныптарға арналған «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша контент пен тапсырмалар әзірленуде(*onlinemekter.org*).

2020 жылдың 15 наурызынан 30 сәуіріне дейін «Atameken Academy» білім беру платформасында «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқитын оқушылар үшін «Атамекен» ҰКП ұйымдастырған «*atamekenstars*» республикалық стартаптар байқауы өткізілді. Қатысушылар оқушыларға арналған кәсіпкерліктің негіздері бойынша интерактивті бейне-сабақтардың онлайн-курстарынан өтіп, «*Atameken Academy*» қауымдастығына өздерінің бизнес-идеяларын таныстырды. «*atameken.co*» сайтында конкурс нәтижелері бойынша берілген 500 жобаның ішіндегі *ТОП-3* ең үздік жобаға ақшалай сыйлықтары бар жүлделі орындар берілді:

Қарағанды облысы Теміртау қаласының №9 лицейінің оқушылары Жунисова Айдана мен Айтбаева Роза «Мектеп ауласындағы жылыжай» топтық жобасы 1 – орынды иеленіп, 150 000 теңге жүлде алды.

«RebellionStreetwear жастар киімінің бренді» топтық жобасымен №82 «Дарын» мамандандырылған лицейінің оқушысы Байшурин Нұрбахыт, №73 физика-техникалық лицейінің оқушысы Тлеутаев Бексұлтан және Нұр-сұлтан қаласының №3 мектеп-гимназиясының оқушысы Рамазан Рамазан»; 2-орын, 100 000 теңге жүлдеге ие болды.

Батыс Қазақстан облысы, Ақсай қаласы, Бөрлі ауданындағы №6 лицей мектебінің оқушысы Балбердинов Азамат «Tiramisu еуропалық стильдегі үй кондитерлік өнімдері» жобасымен 3 – орынмен марапатталып, 50 000 теңге сыйақы алды.

Сондай-ақ, осындай заманауи жобаларға оқушыларды қатыстырып, дайындағаны және бір мектептен бірнеше жобаларды ұсынғаны үшін ең белсенді *ТОП-3* мұғалімдер мақтау қағаздарымен және жүлделі сыйақы ноутбуктермен, сондай-ақ бірқатар мектеп мұғалімдері конкурсқа белсенді

қатысқаны үшін грамоталармен, сертификаттармен марапатталды. Байқау нәтижелерімен *atameken.co* сайтынан танысуға болады.

2020 жылдың 1 қарашасынан бастап «Atameken Academy» білім беру платформасында «Ozgeris» бизнес инкубаторы іске қосылды. Бағдарламаның мақсаты жастарды кәсіпкерлік қызметке тарту үшін ҚР аумағында онлайн бизнес инкубатор ұйымдастыру арқылы кәсіпкерлік саласындағы оқушылардың белсенділігін ынталандыру болып табылады.

Бағдарламаның міндеттері:

- мектеп оқушылары арасында кәсіпкерлік қызметті насихаттау, кәсіпкерлік ортаны қалыптастыру;
- мектеп оқушылары мен мұғалімдерін кәсіпкерлік қызмет негіздерін оқуға жаппай тарту;
- перспективалы кәсіпкерлік идеяларды іріктеу;
- бейіндік оқыту, оқушылардың бизнес жүргізу дағдыларын меңгеру;
- нарыққа шығудың жоғары шығындарын еңсеруге мүмкіндік беретін тетіктерді құру (Бағдарламаға қатысушылардың бизнес-жобаларын жүзеге асыруды ресурстық қамтамасыз ету);
- ісін жаңа бастаған жас кәсіпкерлерді қолдау.

«Ozgeris» онлайн бизнес инкубаторының қатысушылары келесі мүмкіндіктерге ие болады:

- жұмыс істеп жүрген және әлеуетті кәсіпкерлер үшін авторлық білім беру курсы бойынша оқытудан өту,
- «AtamekenAcademy» қауымдастығына (менторларға және кәсіпкерлерге) өз бизнес-идеяларыңыздың презентациясын көрсету),
- онлайн мастер-кластар мен бизнес-ойындарға қатысу, жобалардың идеядан бастап алғашқы сатылымға дейінгі инкубациясынан өту.

Бағдарламаға Қазақстан Республикасының аумағында тұратын немесе білім алатын жоғары сынып оқушылары немесе 15-20 жас аралығындағы жас балалар қатыса алады.

«Ozgeris» онлайн бизнес инкубаторының қатысушыларына қойылатын жалпы талаптар»:

- жасы 15-тен 20 жастағы жастар мен жасөспірімдер;
- бизнес-идеяның болуы;
- ақпаратты беру құралдарының болуы (жеке электрондық пошта және ұялы байланыс, Интернетке қол жеткізу, компьютерді пайдалануға қол жеткізу);
- онлайн бизнес инкубатордың барлық кезеңдерінен өтуге дайын болу және ықылас;
- дербес деректерді өңдеуге және сақтауға келісім.

Бағдарламаға қатысушылардың нысаналы топтары яғни мектеп оқушылары мен колледж студенттеріне бизнес-жоспар жасау, қаржыландыру, бизнесті тіркеу және ұйымдастыру бойынша кеңес беру болып табылады.

«Ozgeris» онлайн бизнес инкубаторына қатысу шарттары:

1. «*atameken.co*» сайтына «Бизнес идеяны қалай табуға және тексеруге болады» курсына тіркеліп, курстан өту;

2. <https://atameken.co/ru/ozgeris> сайтына бизнес инкубаторға қатысуға өтінім беру;

3. Үздік жобалар іріктеліп алынып, жабық бизнес-инкубатордың келесі кезеңіне өтеді және қаржыландыру мүмкіндігіне ие болады.

Кәсіпкерлік негіздерін оқуға деген қызығушылықты арттыру және ынталандыру үшін 2021 жылы жалпы білім беретін мектеп оқушыларына арналған стартап-жобалардың онлайн-конкурсын, республикалық пән олимпиадасын және жазғы кәсіпкерлік лагерін өткізу жоспарлануда.

2020-2021 оқу жылында 3476 мектеп «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін енгізіп, онда 10-11 сыныптың 127 672 оқушысы оқиды. Бұдан біз пәнді оқуға деген қызығушылықтың жоғарылағанын байқауымызға болады.

МАЗМҰНЫ

Кіріспе	3
1 «КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ» ПӘНІ БОЙЫНША (10-11-СЫНЫПТАРДА) ЖАҢАРТЫЛҒАН МАЗМҰНДАҒЫ ОҚУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	4
1.1 «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша жаңартылған мазмұндағы оқу бағдарламасының ерекшеліктері	4
1.2 Шетелдік мектептерде кәсіпкерлік негіздеріне оқытудың ерекшеліктері	20
2. «КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ» ПӘНІН ОҚЫТУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ФОРМАЛАРЫ МЕН ӘДІСТЕРІ	32
2.1 «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәнін оқытуда оқыту технологияларын қолдану	32
2.2 Кәсіпкерлікке оқытудың қазіргі тәсілдемелері	34
2.3 Кәсіпкерлікке оқытудың кейбір қолданыстағы шетелдік бағдарламалары мен тәсілдемелер	36
2.4 Бизнес кейстер негізінде оқу сабақтарды өткізу	41
2.5 Оқу процесінде геймификация әдісін қолдану ерекшеліктері	63
2.6 Кәсіпкерлік және бизнес негіздері пәнін оқытуда STEM - білім беру	75
2.7 Ойлау дизайны және кәсіпкерліктегі SWOT-талдау әдісінің сипаттамасы	76
3. «КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ» ПӘНІНЕН ҚЫСҚА МЕРЗІМДІ САБАҚ ЖОСПАРЫН ӘЗІРЛЕУ ЖӘНЕ «ЕСЕПТЕЛІНДІ/ЕСЕПТЕЛІНГЕН ЖОҚ» ҚОЮ БОЙЫНША ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР	80
3.1 Қысқа мерзімді жоспарларды әзірлеу жөніндегі әдістемелік ұсынымдар	80
3.2 «Кәсіпкерлік және бизнес негіздері» пәні бойынша қысқа мерзімді сабақ жоспарлардың үлгілері	82
3.3 «Есептелінді/есептелінген жоқ» қою бойынша әдістемелік ұсынымдар	112
Қорытынды	118
Пайдаланылған әдебиеттер тізімі	119
Қосымша	121

ВВЕДЕНИЕ

В условиях рыночной экономики предпринимательство является важнейшим видом хозяйственной деятельности. Человек, умеющий разумно дифференцировать свое дело, рисковать, обладающий управленческими, организационными способностями и достигающий поставленной цели, называется предпринимателем, а его деятельность – предпринимательством.

Предпринимательство – это вид деятельности, которым может заниматься любой человек. Чтобы стать успешным предпринимателем, необходимо обладать знаниями, деловыми способностями, способностями, силой, ответственностью, природным талантом. Известный ученый Б. М. Теплов говорил, что «умение видеть в каждой небольшой работе лестницу достижения конечной цели – лучший показатель того, что человек идеал». Макс Вебер, крупный специалист в области управления, оценил бизнес как сеющего зерно разума. Известный средневековый арабский ученый Ибн Халдун расценил предпринимательство как «деятельность людей по обретению изобилия благодаря своим возможностям и честному труду» [1].

В 1930-х годах XX века термин предпринимательство изучался австрийским экономистом Йозефом Шумпетером. Он дает определение, что «предприниматель – это человек, который превращает новую мысль или изобретение в новое воплощение». В частности, предпринимательство – это творческий подход к рынку и производству, возникающий при построении новой модели товара и предпринимательства. Творческая мысль ведет к динамичному и долгосрочному экономическому росту.

Президент К. К. Токаев в Послании народу Казахстана отметил необходимость формирования новой волны предпринимателей и внедрения дисциплины «Основы предпринимательства» на всех уровнях образования. Предпринимательство поднимает возможности производства на более высокий уровень благодаря новым инновациям [2]

Так, в стране внедрена учебная дисциплина «Основы предпринимательства и бизнеса» в целях раннего приобщения молодежи к тонкостям предпринимательства и бизнеса, предпринимательства, экономических явлений, предпринимательства в современных условиях, маркетинга, самосовершенствования предпринимателя.

Учебный предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» побуждает учащихся в любое время принимать самостоятельные решения, проявлять решительность, активность, рискованность, энергичность и ответственность.

Обучающийся должен понимать сущность и особенности предпринимательства и бизнеса, обладать следующими профессиональными качествами, относящимися к бизнесу: умение эффективно использовать комфортные условия, умение пользоваться временем, умение ставить цели и достигать их, умение ориентироваться в деле.

В разработке методических рекомендаций внедрены исследования и опыт ведущих методологов, экспертов и бизнес-тренеров НПП «Атамекен».

1. ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ОБНОВЛЕННОГО СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ПРЕДМЕТУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» (10-11 КЛАССЫ)

1.1. Особенности изучения учебной программы обновленного содержания образования по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса»

В результате изменения экономической ситуации в мире за последние годы особенно вызывающим интерес среди выпускников школы являются вопросы получения эффективного и доступного обучения предпринимательству. Обновленные образовательные технологии обучения должны быть включены в образовательную программу дисциплины «Основы предпринимательства и бизнеса»

Сегодня развитие молодежного предпринимательства является приоритетной задачей, что заявлено посланием Главы государства.

По данным, проведенным среди школьников и учителей, ведущих данный предмет, желающих обучаться вдвое больше чем предоставлено для обучения мест. Результаты опроса свидетельствуют, что 72% опрошенных школьников считают необходимым изучение предпринимательства в школе. Из этого можно сделать вывод, что школьники хотели бы в будущем стать предпринимателями, но у них нет соответствующих знаний. И в школе, где они обучаются, не дают этих знаний. На основании этих данных было принято решение о введении предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» с применением различных подходов и технологий обучения предпринимательству старшеклассников.

Предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» направлен на изучение базовых понятий и законов сферы предпринимательства, на формирование у обучающихся бизнес-мышления, на выбор активной жизненной позиции, на создание навыков для будущей самостоятельной жизни в современных условиях.

Содержание учебного материала основано на принципах геймификации (игротехники) учебного процесса, проектного обучения и на кейсовой работе.

Программа предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» была разработана с привлечением экспертов с рынка и действующих предпринимателей, экспертов НПП «Атамекен». Это позволило включить в учебный процесс все необходимые аспекты предпринимательской деятельности на основании опыта реальных казахстанских бизнесменов и лучшие международные практики преподавания дисциплины. «Основы предпринимательства и бизнеса» позволяют учащимся окунуться в среду предпринимательства и на практике реализовать свой проект по производству какого-либо товара или услуги, организации команды, продвижению своего продукта, определению потребителей и партнеров, налогообложению бизнеса, расширению бизнеса, как в условиях города, так и села. После прохождения

курса учащиеся будут обладать знаниями и навыками, которые позволят им основать свою компанию и начать ведение бизнеса.

Программа отличается прикладным характером, для чего в нее были внесены такие разделы, как маркетинг, экономическая теория, дизайн-мышление.

Программа уже реализуется на протяжении трех лет. За это время было написано ряд учебников и руководств для учителей, проведены тренинги для переквалификации педагогов-предметников, собрана обратная связь от учителей, родителей и школьников, создан интернет-ресурс для онлайн-геймификации предмета с набором бесплатных курсов на двух языках.

Это позволило включить в учебный процесс все необходимые аспекты предпринимательской деятельности на основании опыта реальных казахстанских бизнесменов и лучшие международные практики преподавания дисциплины, что выгодно отличает программу от других дисциплин.

Как показывает международный опыт, для школьников старших классов целесообразно вводить изучение основ экономики и бизнеса через практикоориентированный подход, кейсы и другие методы, которые используются при изучении предпринимательства в целом.

В рамках предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» предусмотрено приобретение базовых знаний по основам предпринимательства, экономики, менеджмента, маркетинга и формирование у учащихся предпринимательского мышления, активной жизненной позиции, а также навыков, необходимых для организации дальнейшей самостоятельной деятельности в современных рыночных условиях.

На уроках «Основы предпринимательства и бизнеса» учащиеся осваивают вопросы финансовой грамотности, управления собственными финансовыми ресурсами, пробуют самостоятельно организовать свой небольшой учебный стартап, изучают функционирование банковской системы, фондового рынка, возможности международного бизнеса. Все указанные экономические темы встроены в общий образовательный процесс так, что учащиеся сразу могут применить полученные знания и проверить их на деле, организовав свой стартап-проект они могут его реализовать на практике и участвовать в различных конкурсах грантового финансирования и государственных программ поддержки молодежного предпринимательства [3]

В концепциях современной школы можно выделить экономику, финансовую грамотность, менеджмент и другие прикладные главы можно выделить следующие основные цели обучения:

- повышение базового уровня финансовой грамотности и формирование

необходимо как для социальной адаптации учащихся к происходящим изменениям в общественной жизни страны, так и для ориентации выпускников на профессию;

- формирование практических навыков принятия ответственных и финансовых решений в общественной и личной жизни.

С этой целью «Основы предпринимательства и бизнеса» была введена в качестве учебной дисциплины, необходимой учащимся в переходный период рыночной экономики, с обучением основам экономических знаний.

Проект по разработке дисциплины «Основы предпринимательства и бизнеса» был запущен НПП «Атамекен» в 2014 году. Проект был разработан Министерством образования и науки РК совместно с НПП «Атамекен» для включения и изучения нового предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» в учебную программу учащихся 10 и 11 классов.

На сегодняшний день изменения, происходящие в мире, происходят намного чаще и быстрее, чем это было ранее. Данная тенденция определяет смещение акцентов в воспитании и обучении детей. Мы не можем прогнозировать «завтрашний день», он может быть совсем не предсказуемым. Поэтому основная ценность сегодняшнего обучения заключается не в запоминании большого объема академической информации, а в формировании определенного склада ума и навыков у учащихся. С приходом эпохи мировой глобализации практически каждому обеспечен доступ знаниям любой сфере, поэтому они получают все больше и больше справочный характер. Наибольшую ценность Знания получают в момент практической необходимости, и в этом смысле умение найти правильное знание, обработать и применить определенным способом играют неоспоримую роль.

Существующие положительные примеры реализации и продвижения предпринимательских идей в условиях неопределенности являются индикатором успешного применения определенного формата сознания и вышеупомянутых навыков. Эту позицию приняли многие страны уже давно. Известно, что предпринимательство для детей в странах Европы преподается уже с 1919 года.

Особенность предпринимательства как учебного предмета заключается в том, что классические методы обучения другим предметам здесь не подходят. Невозможно научиться предпринимательству теоретически, изучая только материальную часть. Только совершая действия, подчиненные логике и задумке, осознанные и проанализированные, скорректированные и повторенные дадут эффект формирования предпринимательского мышления.

Формирование предпринимательского мышления не предполагает поголовного занятия бизнесом всеми учащимися, но оно будет отличным подспорьем для будущих государственных служащих, управленцев любого звена, конкретного менеджера или исполнителя-специалиста. Предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» призван натолкнуть учащегося до момента поступления в ВУЗ на собственное полное осознание желаемой сферы и формата деятельности, дать понимание о внутренних происходящих процессах, задачах и эффектах для любого субъекта рынка, дать запасную специальность, которая будет иметь статус «запасного аэродрома» на случай различных жизненных обстоятельств.

Мы взяли самое лучшее, что есть на сегодняшний день, объединили лучшие общественные знания из уст лучших и успешных представителей,

являющихся высококлассными специалистами в своей сфере. Само формирование учебника происходило с использованием инновационных инструментов. Например, именно краудсорсинговый формат составления учебника, где была создана диалоговая площадка и каждый мог предоставить свои знания, позволила по крупицам собрать Единые Лучшие Знания в этом учебнике. И этот процесс не прекращается. Пока Вы читаете этот текст, возможно, краудсорсинговая площадка обогатилась парой новых кейсов или упражнений, которые войдут в последующем также в учебник.

Мы хотим, чтобы первый в Казахстане учебник «Основы Предпринимательства и Бизнеса» в рамках общеобразовательных школ получил статус любимого и интересного предмета, который позволит изменить общественное сознание и переориентировать на инициативность, решительность, осознанность и ответственность. «Кто, если не мы?» — этот вопрос лежит в наших умах и мы хотим, чтобы каждый на своем уровне, в меру своих возможностей прилагал усилия к формированию Нашего Общего Будущего. Именно таким мы видим патриотизм: в конкретных мысленных установках, в действиях.

Когда мы формировали учебную программу и методику преподавания, мы подумали о том, что хотели бы научить детей чему-то действительно полезному, практичному и жизненно-ориентированному. Школа должна действительно готовить детей к жизни, предоставляя актуальные инструменты.

Главная цель изучения предмета – развитие предпринимательского мышления со школьной скамьи.

В отличие от опыта международных программ, наша программа оказалась интерактивной и основана на изучении принципов геймификации и бизнес-кейсов: 40% – теория, 15% – реальные примеры из бизнеса, 45% – практические задания в игровой форме. Почему мы берем геймификацию? Дело в том, что предпринимательство – это деятельность, обучение и понимание через опыт.

Каждый раздел учебника содержит по-своему интересный материал. При содействии опытных специалистов в проекте мы можем поставить ответственного предпринимателя в зависимости от тематики занятий. Например, предприниматель, хорошо владеющий маркетинговой сферой, безусловно, будет более эффективным в учебном процессе, если он поделится своим опытом именно на этом уроке.

В этом предмете углубленно изучаются не только основы экономики, но и менеджмент, маркетинг, бизнес, предпринимательство. Если изучать общество, то только 5 процентов граждан имеют предпринимательские способности. Поэтому необходимо с самого раннего возраста развивать профессиональное мышление школьников.

Основная цель изучения предмета – приобщение молодежи к бизнесу, план действий предпринимателя, который должен быть разработан для реализации идеи-предпринимательства, экономического явления, предпринимательства в современных условиях, маркетинга, дизайна

мышления, самосовершенствования предпринимателя, стратегии развития, акселератора стартапа и бизнес-плана. А также базовые знания о создании рекламы.

Цели обучения будущих молодых:

- быть ответственным гражданином своей страны;
- максимально эффективно использовать свои возможности на благообщества и использовать на получение;
- быть активным, инициативным в принятии самостоятельных решений;
- аргументированный анализ и обмен впечатляющими предложениями с реальностью, на конкретное, системное мышление;
- направлена на развитие своей личности и воспитание самообразования.

Преподаватели, начавшие обучение школьников основам экономики и финансовой грамотности, ощущают востребованность современной программы обучения, учитывают ее внедрение в общеобразовательные школы, т. е. четко излагается совокупность экономических концепций, а также определяется глубиной преподавания этих концепций.

Программа позволит в соответствии с концепцией современной школы, целями и задачами экономического и финансового образования обеспечить сочетание прежних знаний учащихся по экономической и финансовой грамотности, необходимых на текущий период, с современными знаниями.

Учебный предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» является предметом по выбору стандартного уровня инвариантного компонента. Обучение предмету в 10-11-х классах общеобразовательных школ будет осуществляться по Типовой учебной программе, утвержденной приказом Министра образования и науки РК от 7 марта 2019 года № 105.

Предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» направлен на изучение базовых понятий и законов сферы предпринимательства, на формирование у обучающихся бизнес-мышления, на выбор активной жизненной позиции, на создание навыков для будущей самостоятельной жизни в современных условиях.

Содержание учебного материала основано на принципах геймификации (игротехники) учебного процесса и на кейсовой работе.

Широкое применение принципа геймификации (игротехники) призвано не только облегчить восприятие материала, но и выработать определенные полезные первичные навыки, которые в последующей жизни можно будет масштабировать на реальные обстоятельства.

Метод кейсового (ситуационного) обучения дает реальную возможность проявления креативности, нестандартности подходов к одной и той же ситуации.

Обучение по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» построено, в том числе, на основе методики PBL (Project Based Learning).

Дословно этот термин переводится как «проектное обучение». Методика PBL подразумевает погружение каждого ученика в процесс обучения. Учитель при этом координирует весь процесс, но в то же время дает ученикам свободу для творчества и принятия самостоятельных решений, ученики же примеряют на себя роль экспертов по разным вопросам.

Ключевое понятие методики – «проект». Такой «проект» ученики будут развивать на протяжении первой и второй четвертей 11-класса изучения предмета. Сначала им нужно будет представить себя в роли основателя стартапа, который пытается привлечь в свою команду специалистов. Затем они будут работать над своими стартапами как руководители, маркетологи, исследователи. Им придется изучить своего клиента, сделать прототип своего продукта, найти партнеров и многое другое.

Ученики будут получать задания и знать время, когда оно должно быть выполнено. Больше никаких ограничений нет. Поскольку нет заведомо «правильного» ответа на вопрос, каким продуктом они должны заниматься, какая социальная сеть лучше подойдет для его раскрутки, кто окажется лучшим партнером для их бизнеса и т. д., в таком подходе оценивается не столько конечный результат с позиции «верно» - «неверно», сколько командная работа, степень вовлеченность членов команды в проект, усилия, которые они продемонстрировали, общее направление и логичность их действий.

Концентрация на конкретной задаче позволяет ученикам за короткое время узнать множество нюансов изучаемого вопроса, таким образом, по данной методике можно подготовить практически любого человека к определенной работе, если дать четкие инструкции, критерии оценки работы, ограниченное время, но не ограничивать его в стиле работы и подходе.

Проектная работа позволяет ученикам охватить значительную часть материала, получить новые знания, взявшись за разработку своего проекта. Преимущества метода следующие:

- *Командная работа.*

Ученики учатся работать в команде, что пригодится им в будущем в учебе в университете и на работе.

- *Коммуникативные навыки.*

Ученики работают вместе, поэтому им очень важно выработать эффективные коммуникации в команде.

- *Словарный запас.*

За время работы над проектом ученики успеют значительно пополнить свой лексикон, причем слова, изученные во время тесной работы над проектом, усваиваются лучше, чем при обычном выучивании слов.

- *Ориентированность на результат.*

Многим выпускникам трудно адаптироваться к процессу работы, так как там строго учитываются сроки выполнения работ. Ученики могут испытывать стресс, волнение, спешить, из-за чего качество работы страдает, а сроки срываются. По методике PBL работа строго ограничена временем, а оценка работы учитывается командным зачетом. Поэтому уже во время работы над

проектом ученики привыкают к строгим дедлайнам, учатся преодолевать рабочие моменты и сосредотачиваться на результате без ущерба для качества выполняемой работы.

- *Умение распределять задачи, делегировать и доверять, лидерские качества.*

Во время выполнения проекта ученикам будет необходимо правильно распределить задачи между членами команды, так как у каждого из них разные сильные и слабые стороны, типы интеллекта, мотивации и темпераменты. Кому-то будет лучше доверить работу над цифрами или деталями, кто-то – творческая личность, которая не может заниматься монотонной работой, кто-то умеет делать несколько задач одновременно, но испытывает трудности при концентрации на одной задаче. Члены команды учатся распределять роли между собой, доверять друг другу. Также они понимают, кто из них может выполнять роль лидера, учатся приобретать лидерские качества.

- *Ответственность.*

Так как у каждого члена команды своя зона ответственности, невыполнение своих обязанностей может пагубно сказаться на всей работе команды. Так как оценка работы будет командной, в интересах каждого – сделать свою часть работы хорошо.

Как показывает опыт, после внедрения методики PBL вовлеченность учеников в учебный процесс увеличивается, посещаемость занятий повышается. Так как учитель лишь помогает ученикам, дает наставления и обратную связь, при этом не вмешиваясь в процесс принятия решений учениками, это стимулирует их самим определять, какое решение будет верным, т. е. ответственность за образовательный процесс лежит на самих учениках.

Методика PBL не требует каких-то дополнительных инструментов или технического оснащения. Но требует от учителя энтузиазма, творческого подхода, умения нестандартно мыслить и занять позицию ментора-советчика по отношению к ученикам.

В результате ученики научатся решать реальные задачи, кейсы из жизни и бизнеса. PBL позволит ученикам раскрыть их потенциал и даст школьникам представление о реальной работе в команде над реальными проектами.

Особенностью учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» является:

- построение предмета на основе практики и специфики предпринимательства Казахстана, истории развития и формирования предпринимательства;

- использование коучинговых подходов в целях формирования осознанной жизненной позиции и принятия ответственности за собственную выборочность;

- формирование навыков XXI века, востребованных в свете кадровых тенденций казахстанских и мировых рыночных условий.

Основные задачи обучения предмету:

- формирование у обучающихся теоретических основ предпринимательства;
- формирование у обучающихся практических навыков личной финансовой грамотности;
- воспитание ответственности за свои достижения и свою жизненную позицию;
- формирование у обучающихся предпринимательского мышления и умения видеть возможности для реализации своего потенциала;
- приобретение навыка генерирования бизнес-идей и их развития до уровня предпринимательской деятельности;
- развитие навыка бизнес-моделирования и адаптации к изменяющимся условиям конкуренции в целях повышения выживаемости бизнеса;
- формирование навыков исследования, использования современных информационных технологий.

Учебная программа построена таким образом, что помимо материалов самого учебника на бумажном носителе, также будет сформирована платформа для онлайн работы учеников. На платформе будет возможность зарегистрировать собственный профиль учащегося с ведением истории работ, изучаемых материалов, результатов игр и т.д. Эта платформа неразрывно связана с учебником: проходя какую-либо тему, ученик знакомится с дополнительным материалом, в том числе видео, углубленно ознакомиться с постоянно обновляемым содержанием теоретической части, взаимодействовать с другими учащимися в форумах по определенным темам, вести свои проекты и т.д. В предоставленных отечественными производителями контентом онлайн разделах может быть соответствующая запись [4].

Учебный предмет в 10-классе разделен на 4 раздела и разбит по четвертям.

1 раздел вводит учащегося в предмет «Основы предпринимательства и бизнеса», знакомит с необходимой терминологией, рассматривает значение предпринимательства через призмы экономики и компетенций личности, различает предпринимательство в тесной взаимосвязи со стартап культурой и различает с термином бизнеса. В этой четверти, учащийся понимает суть всего предмета и соотносит себя с указанным явлением, определяет значимость для своего настоящего и будущего.

2-раздел «Предпринимательство в современных условиях» знакомит обучающихся с различными формами предпринимательства, с инновацией и трендами существующих в современном предпринимательстве, с тем, какие шаги необходимо предпринять для открытия собственного дела, с понятиями

стартапа, бизнес-моделии идеологией бережливого стартапа. В этом разделе обучающиеся узнают о том, что такое конкуренция и какие типы конкурентных стратегий существуют; научатся описывать структуру ценообразования, понимать сущность ценовой политики и различать ценовые стратегии. 2 четверть знакомит с менеджментом компаний, включающим понятия и алгоритмы формирования предприятий в игровой форме параллельно с теорией. Учащийся проживает все стадии от генерации идеи до операционного управления организованной компании, формирует навык креативности, анализа и формулирования идеи, формирования команды, устава, структуры компании, ее регистрации и т.д. Офлайн игры проводятся на уровне симуляции процессов в пределах учебной группы с вовлечением в процесс преподавательского состава, играющих роль контрольно-надзорных государственных органов и менторов.

3-раздел «Маркетинг в действии». Предполагает изучение маркетинга продвижения товаров на основе реально существующих отечественных товаропроизводителей FMCG сектора. Объединенные группы учащихся выбирают конкретного производителя и определенный продукт из его линейки. Применяя полученные знания и навыки, ученики формируют креативные идеи по альтернативному продвижению продукта с целью увеличения объема или завоевания новых ниш. 3 четверть посвящена внешне экономической деятельности компаний, связанными с выходами на рынки сбыта и реализации различных конкурентных стратегий. В ходе четверти наряду с материалом из области маркетинга и экономики, учащиеся вступают в конкурентную виртуальную среду онлайн игры, где соперничая друг с другом представляют один тип продукта, но анализируя сводки, принимают различные маркетинговые шаги и завоевывают или теряют рынок.

4-раздел «Дизайн мышления» рассматривает особенности такого клиентоориентированного подхода к поиску бизнес-решений, как дизайн-мышление. Обучающийся должен выбрать бизнес-проблему из списка, предложенного учителем, над которой он будет работать на протяжении всей четверти, применяя методологию дизайн-мышления: эмпатию, анализ и синтез, генерацию идей, прототипирование и тестирование. Обучающиеся получают реальный опыт взаимодействия с производителями и выполнения проектных работ. Для производителя – это информационный всплеск в течение 3-х весенних месяцев каждого года, бесплатное продвижение от тысяч учеников по всему Казахстану. Для экономики государства – это воспитание лояльности отечественному производителю и его поддержка.

Объединенные группы учащихся выбирают конкретного производителя и определенный продукт из его линейки. Применяя полученные знания и навыки дети формируют креативные идеи по альтернативному позиционированию продукта и/или формату продвижения с целью увеличения объема или завоевания новых ниш. Свои работы в течение всей четверти учащиеся тегируют официальными хэштегами производителя в Казахстанском сегменте интернет.

Учащийся вправе выбрать из списка отечественных товаропроизводителей на учебном портале как компанию, охватывающую весь Казахстан своими товарами, так и локальную компанию, которая ему знакома по товарам на прилавках.

Дети получают реальный опыт взаимодействия с производителями и выполнения проектных работ. Для производителя – это информационный всплеск в течение 3-х весенних месяцев каждого года, бесплатное продвижение от тысяч учеников по всему Казахстану. Для экономики государства – это воспитание лояльности отечественному производителю и его поддержка.

По результатам четверти отечественные товаропроизводители, чьи товары стали проектами, проводят конкурс на лучшую работу и поощряют проектную группу детей поездкой в летний лагерь на территории Казахстана. По желанию могут поощрить дополнительными призами.

Учебный предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» для 11-го класса общеобразовательных школ значительно отличается в подходах к процессу обучения, ставя приоритеты совершенно в других направлениях. Большой акцент делается на приобретение практических навыков вместо академических знаний, о чем свидетельствует преобладание активных форм взаимодействия с учениками. Сам процесс обучения становится более естественным и непрерывным явлением, который может сформировать устойчивую и эффективную модель поведения, отвечающую концепции Lifelong learning (непрерывное обучение в течение всей жизни) [5]

Содержание учебного предмета в 11-м классе составляют 4 раздела:

Первые два раздела «Стартап акселератор-1» и «Стартап акселератор-2» знакомят с бизнес-моделированием, а также вырабатывают необходимые социальные навыки из разряда «крайне необходимых» при основании стартап проекта. Обладая определенным багажом знаний, обучающийся формирует собственную бизнес-идею и получает инструменты для превращения в реальный бизнес по принципу бизнес-акселераторов. Учащийся получает опыт превращения идеи в реальность, который может использовать для реализации повседневных, деловых, семейно-бытовых задач в личной жизни.

3-раздел «Самопродвижение предпринимателя» продолжает вырабатывать социальные навыки учащегося, где также он обучается финансовой грамотности, знакомится с личным эффективным финансовым планированием для семьи, с банковской системой и международными рынками. Главным достоинством данного раздела является приобретение навыка инвестирования через игровую платформу на реальных данных KASE с использованием демо-счета.

Данная работа активизирует аналитические способности обучающихся, учит понимать значение событий и их влияние на экономические показатели.

4-раздел «Стратегия развития» обращает внимание обучающихся на прогнозы развития рынка. Прививает навыки целеполагания, знакомство с масштабированием бизнеса, международным бизнесом, личной стратегией. Формирует собственное видение стратегии выхода продукции Казахстана на

международные рынки. Данный раздел познакомит с комплексом мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав потребителей и предпринимателей. 4 четверть призвана обратить взор выпускника на широту возможностей через привитие навыков целеполагания, знакомство с масштабированием бизнеса, международным бизнесом, личной стратегией и т.д.

Учебный предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» дает достаточно полное представление о процессах, связывающих бизнес и предпринимательскую деятельность, позволяет сформировать у учащихся работу по общей программе. Наиболее важными в преподавании «Основы предпринимательства и бизнеса», включенной в школьную дисциплину по выбору, являются: «предпринимательство как экономическое явление», «предпринимательство в современных условиях», «маркетинг в действии», «дизайн мышления», «самосовершенствование предпринимателя», «Стратегия развития», «Стартап акселератор».

В ходе урока учащиеся пытаются найти решения различных ситуаций в ведении бизнеса. особое впечатление на учащихся производят бизнес-игры и упражнения, повышающие коммуникативные навыки. С помощью учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» старшеклассники понимают важность принятия правильных решений и ответственность, с которой они сталкиваются. Поможет сделать правильный выбор будущей профессии, шагнув в большую жизнь. Учебный предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» учит оценке времени, овладению лидерскими навыками, проведению маркетингового анализа, написанию бизнес-плана к проекту.

Предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» включает в себя ознакомление с базовыми понятиями предпринимательской деятельности, развитие компетенций, которые позволят им эффективно использовать собственный потенциал, а в перспективе – возможно создать эффективно управлять бизнесом.

Учебный курс «Основы предпринимательства и бизнеса» базируется на следующих принципах:

- Модульный подход
- Акцент на ключевых результатах обучения
- Связь теории с практикой
- Интерактивное обучение, ориентированное на учащегося
- Перспектива профессиональной интеграции
- Гендерное равенство

Миссией предмета является формирование предпринимательской парадигмы, способствующей развитию следующих компетенций:

- *Знания* – знания, необходимые и достаточные для того, чтобы показать

возможности, обустройства личной, профессиональной и/или предпринимательской деятельности; ознакомить с реальной средой жизни и

работы люди. Знания должны подготовить к вызовам современности в области предпринимательства.

- *Навыки* – формируются исходя из концепции эффективных личностей,

которая

включает в себя навыки сферы менеджмента (например, руководство и делегирование, эффективное планирование, анализ, убеждение, умение работать в команде, оценивать и регистрировать). Также в ходе всего курса обучения вырабатываются навыки публичного выступления, ведения переговоров, выявления собственных сильных и слабых сторон, оценки рисков и принятия ответственности.

- *Поведение* – мы учим тому, что «под лежащий камень вода не течет» и

формируем инициативную позицию, отличающуюся проактивностью в различных сферах жизнедеятельности.

Мы даем возможность укрепить мотивацию и решимость через череду положительных маленьких достижений поставленных целей. Создаем положительный опыт в подсознании детей.

Базу учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» составляют базовые компетенции. Базовые компетенции – это универсальный микс знаний, навыков, моделей поведения, с помощью которых ученики самореализуются.

В системе образования ключевыми компетенциями, приоритетными для предмета «Основы предпринимательства и бизнеса», являются следующие:

1. *Предпринимательские компетенции* – предпринимательство

предполагает умение анализировать любые обстоятельства, в том числе ситуацию на рынке и предпринимать соответствующие условиям наиболее эффективные действия. Предполагает полное осознание личных и общественных интересов, принятие ответственности за позитивные и негативные результаты, формирование стратегического видения, мотивации.

2. *Самопознание и самореализация* – материалы учебника предлагают

ученику по-новому взглянуть на предполагаемое собственное будущее через призму собственных желаний и интересов, сформировать видение о том, какую роль предпринимательские навыки и знания могут способствовать достижению желаемого будущего. Это заставляет работать с незнакомой для себя ранее темой, как самооценка, анализ собственной модели поведения в обществе, самопознанию, выявлению и реализации талантов; профессиональному и социальному самоопределению; планированию своей жизни, целенаправленному формированию и развитию личности.

3. *Стратегические компетенции, навык действия* – учить детей не

только

решать сиюминутные проблемы-пожары операционного плана, но и сформировать противопожарную политику в целом, заглянув за горизонт операционного планирования. Для этого ученики должны развить в себе

способность выявлять проблемы, находить решения, строить планомерные мероприятия, учиться реализовывать и оценивать результат, корректировать действия, сопоставлять прогноз с результатами, выбирать правильные инструменты и привлекать партнеров.

4. *Компетенции в математике, естествознании и технологиях* –

необходимость решать задачи с реальными явлениями, с и учитывать разные условия. Все это способствует тому, что мы вызываем совершенно конкретный интерес к преподаваемым параллельным предметам с точки зрения их практической применимости. Ученики учат математику, не потому что это «надо учить», а потому что это необходимо для расчета своего возможного бизнеса. Задачи заставляют ученика более внимательно изучить казалось бы обыденные явления – поведение обычных покупателей в магазине, погодные условия и взаимосвязь с покупками.

5. *Научиться постоянно учиться* – мы создаем понимание объективной

необходимости постоянного обновления знаний, где непрерывность обуславливается необходимостью постоянного адаптивования к отслеживаемым изменениям, внедрять новые технологии, постоянно совершенствовать процессы в интересах облегчения или повышения эффективности. Навыки учиться постоянно учиться — также накладывает определенный отпечаток и на уклад личной жизни ученика в будущем. Данная концепция приведет к привычке постоянно отслеживать новинки, соизмерять себя и реальность, совершенствоваться, применяя новые знания и интегрируя в свою модель поведения. В конечном счете это приведет к формированию прослойки эффективных личностей с лидерскими задатками.

6. *Компетенции общения на родном языке* – дает возможность изучать новые для себя материалы, обогащать собственный вокабуляр, изъясняться на родном языке, применять терминологию в жизни

7. *Диджитал компетенции* – В предмете предполагается активное использование не только учебной компьютерной техники, но собственных гаджетов, использование поисковых машины, уверенной использование возможностей интернета. В рамках данной деятельности ученики приобретают специфические прикладные базовые навыки СММ продвижения, применения мультимедийных технологий, формирование логического и критического мышления. Игровые процессы в рамках обучения также предполагают онлайн взаимодействие в режиме реального времени в виртуальном пространстве.

8. *Компетенции межкультурного взаимодействия* – В рамках программы

заложены темы по международному бизнесу и стратегии, а также при формировании программы использовались международные примеры. Это позволяет ученику ознакомиться и соотнести культурные национальные ценности и общечеловеческие, признанные во всем мире. Это приводит к процессу сближения и интеграции в межкультурное пространство, понимания

общности ценностей и, одновременно, пониманию собственной уникальности, что должно привести к поиску и принятию собственных корней, культурных основ, семейных и общественных традиций.

Критерии, использованные при составлении учебника «Основы предпринимательства и бизнеса»:

1. *Информативность* – из необъятного океана информации учебник содержит самую сосредоточенный и отфильтрованный концентрат информации по каждой теме. Если Вы немного погрузитесь в изучение дополнительного материала – Вам не составит труда рассказать что-то еще дополнительно;

2. *Наглядность* – мы практически полностью использовали свободное место учебника для ценной информации, однако постарались отвести место и для иллюстраций, графиков, таблиц и т. д., которые бы создавали контекст или конкретизировали;

3. *Понятность* – мы помнили, что писали для подростка. И постарались сохранить понятный для него язык учебника, вместе с тем, многие термины и понятия стали для них уже частью их реальности, в которой они живут. Например, ученику не надо объяснять что такое «вайны» и кто такие «вайнеры». Здесь самим учителям необходимо подтянуться в ногу со временем;

4. *Научность* – как мы знаем время базовых научных открытий давно уже прошло, потребительские настроения создают предпосылки для исследования и открытий прикладных наук. Вместе с тем, в части прикладных научных открытий нет той основательности, которая бы создавала предпосылки для качественного изменения современной эпохи. Поэтому в материале учебника используются общепризнанные догмы, не выходящие за рамки научных открытий на сегодняшний день. В случае предоставления определенного мнения сразу в тексте учебника указываются на существующие альтернативные мнения и позиции.

5. *Актуальность* – это наиболее яркое свойство данного учебника. Материалы для учебника собирались и продолжают собираться посредством краудсорсинговой площадки прямо с рыночного «поля». Реальные кейсы из существующих в настоящем компаний, знания и методология, написанная специалистами исходя из сегодняшних реалий- все это отражает дух актуальности учебника;

6. *Интересность* – мы взяли примеры из реальных историй, жизненных ситуаций, разговаривая на языке подростка мы затрагиваем его интересы.

7. *Логичность* – обеспечена тем, что материалы подаются последовательно и каждая последующая тема как бы вытекает из предыдущей. Например, в материале используется сквозная история Амира, который став на путь начинающего предпринимателя, последовательно совершает определенные действия, обеспечивая причинно-следственную связь.

8. *Практичность* – второе яркое свойство учебника. Материалы в учебнике перекликаются с опытом преподавания в различных стартап-

акселераторах, где, обучаясь на (много) месячном курсе, люди проходят все этапы становления от простой бизнес-идеи до первого контракта или инвестиции.

9. *Цельность* – весь учебник пронизан общей концепцией и философией стартап-культуры и ментальности;

10. *Оригинальность* – учебник родился не благодаря, а вопреки всем процедурам и правилам. Он был создан по принципу краудсорсинга, когда такой практики никогда в Казахстане не было. В учебнике применены инструменты игротехник из арсенала тренерских компетенций, коучинга — из закров школы психологии, кейс-стади из методики обучения в зарубежных высших учебных заведениях и т.д.

Проекты

Проекты – исследование с заданным направлением, реализованное путем сочетания теории с практикой, результатом которого является какой-либо продукт;

Кейсы

Изучение конкретных ситуаций (Casestudy), обучает справляться с трудностями, проблемами из реальной жизни («кейсы»), служит для их наблюдения, понимания, интерпретации или даже решения. «Кейс» обычно показывает типичную ситуацию из реальной жизни. Требования к методу конкретных ситуаций: наличие проблемной ситуации, которая требует диагностики или решения; соответствие поставленным целям; мотивирование учащихся. Смысл кейсового разбора заключается в высокой вариативности решений, здесь нет единого правильного решения.

Упражнения и задачи

Упражнение – предполагает осознанное и систематическое повторение действий, операций или процедур для формирования практических и интеллектуальных навыков, улучшения достижений. Упражнения могут быть различных типов: вводные, текущие, закрепляющие, проверочные, индивидуальные, групповые, направленные/полу-направленные/творческие. Они могут также быть использованы в качестве процедур при использовании большинства практикуемых методов.

Проблематизация (метод решения проблем)

Это, по сути, презентация проблемной ситуации с предоставлением нескольких альтернативных возможностей ее решения. Решения должны быть неочевидными и вызывать сомнения, неуверенность, любопытство и желание найти более верное решение/решения. Проблематизация в современной дидактической практике считается одним из самых ценных методов, потому что ориентирует мышление на самостоятельное решение проблем. Используя в ходе дискуссии, Вы ставите учащегося в ситуацию поиска подходящего ответа для решения проблемы. Начинаете с создания проблемной ситуации, которая описывает противоречивую, трудную для однозначного решения проблему. Ситуация должна создавать конфликт между полученными знаниями и новой

ситуацией. Для того чтобы создать проблемную ситуацию, необходимо оснастить следующими характеристиками:

- представлять когнитивную сложность для учащегося, ее решение должно требовать реальных умственных усилий.

- вызывать интерес учащегося, удивлять, поражать, заставляя его действовать (искать, преодолевать препятствия, сочинять, налаживать связи между тем, что он знает, и неизвестным, выявлять, принимать решения).

- ориентировать действия учащегося в направлении решения, нахождения методов решения. Разрешение проблемной ситуации невозможно без активизации предварительно полученных знаний и опыта.

Разрешение же задействует центры логического мышления, методов индукции, дедукции, интуиции, аналогии, а также воли и настойчивости.

Для того чтобы сформулировать проблемную ситуацию и исследовательскую активность для поиска решения необходимо предусмотреть четыре фундаментальных этапа:

1. *Постановка проблемы.* Вначале вы формулируете проблемную ситуацию, излагаете факты, указываете ряд причинно-следственных связей в общих чертах. После получения первых вопросов предоставляете уточняющую информацию. Фактически Вы рассказываете в общем виде суть решения проблемы, а учащиеся раскрывают ее собственными усилиями;

2. *Внимательное изучение информации о проблеме* и ее реструктурирование. Проблематизация в этот момент приближается к фундаментальным исследованиям. Здесь учащиеся работают самостоятельно: обновляют знания, фиксируют и сравнивают определенные данные, ограничивают объем информации, который они считают необходимым и приемлемым;

3. *Поиск возможных решений.* Учащиеся анализируют собранный в сухом

остатке материал и выявляют базовые характеристики, создают логические связи (проверяют условия проявления определенного процесса или явления, делают гипотезы по решению проблемы, проверяют доступными способами).

4. *Получение и оценка результата.* Необходимо сравнить результаты, полученные при анализе каждой гипотезы. В итоге, выбирают наиболее приемлемое решение, которое сравнивается с идеями, представленными в учебнике.

Такой метод очень полезен при формировании определённой внутренней позиции обучаемого:

а) используются все аспекты личности обучаемого: интеллект, волевые качества, эмоции, задействуется внимание и усилия.

б) пропагандируется самостоятельность и смелость при формировании собственной точки зрения.

с) воспитывает в духе активного стиля деятельности.

д) мотивирует к познанию и способствует устойчивости этого процесса.

е) придает уверенность в себе.

Из опыта видно, что проблемы или вопросы из повседневной жизни, где затрагиваются их интересы, быстро вызывают интерес учащихся. Но стратегия проблематизации не универсальна. Есть такие темы, где данный метод для обучения использовать не рекомендуется, например, при разборе ситуации, в которых ученики не имеют достаточных знаний и навыков. Метод проблематизации можно использовать одновременно с методами обсуждения, разбора кейсов, чтения и анализа текста, обучения через открытие и т.д.

Учебник по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» по природе своей призван быть необычным, и эта необычность проявляется во всем, начиная с формата его обработки путем применения краудсорсинга (использования потенциала общественности), завершая контентом и формой преподавания.

Предпринимательству нельзя научиться академически, но можно научиться деятельно. Поэтому доля теоретического материала в учебнике составляет 30% от общего объема, оставшаяся часть – практические задания, тематические игры и т.д.

В учебной программе применен коучинг подход, который предполагает не навязывание субъективного авторитетного мнения старших о правильности или неправильности, актуальности или неактуальности предпринимательства и бизнеса, а собственное осознание подростком сути предмета и последующее принятие психологической ответственности за собственный выбор, обусловленный формированием личного отношения к нему.

Поскольку предпринимательство мы рассматриваем не только как экономическое явление, но и как компетенции личности, мы применили также формат тренинга. Он интегрирован с целью обеспечения высокой степени интерактивности наработки навыка, что позволит параллельно с главными целями предмета по приобретению навыков применения профильных знаний (hardskills), также, незаметно для учащихся, прививать и социальные навыки эффективной личности (softskills). Это подготовит подростков к жизни и приблизит к достижению высоких результатов в обществе (способность ставить правильно цели, генерировать идеи, доносить идею до ученика, формировать эффективные команды и т.д.). Более того, мы предполагаем, что к моменту окончания школы подросток будет четко понимать желаемую сферу деятельности и осознанно выбирать специализацию в ВУЗе.

Широкое применение принципа геймификации (игротехники) не только призвано облегчить восприятие материал, но и выработать определенные полезные первичные навыки, которые в последующей жизни можно будет масштабировать на реальные обстоятельства.

И, конечно же, метод кейсового (ситуационного) обучения также интегрирован в процесс, поскольку именно он дает реальную возможность плюрализма (множества мнений), проявления креативности, нестандартности подходов к одной и той же ситуации.

Таким образом, высоких успехов в изучении учебного предмета

«Основы предпринимательства и бизнеса» можно добиться только при условии широкого использования современных методов обучения обновленного образования. Во второй части методической рекомендации мы рассмотрим обновленные методы и формы обучения по учебному предмету «Основы предпринимательства и бизнеса».

1.2. Особенности обучения основам предпринимательства в зарубежных школах

Проблеме формирования у молодежи деловой активности в настоящее время в зарубежных странах уделяется значительное внимание. Все чаще в наиболее развитых странах, в частности в США, Англии и Франции, педагоги и предприниматели высказывают мнение о том, что потенциальные возможности школьного воспитания в ее решении еще не использованы. Многие предприниматели требуют наличия у работников аналитического и системного мышления, инициативности и коммуникабельности, навыков принятия решений и ответственности, которые необходимы в современных условиях. Такие качества необходимо формировать начиная со школьного уровня [6].

Однако акцент школы только на учебные достижения не способствует подготовке требуемых кадров. В задачи, стоящие сегодня перед школой, должно входить не только обучение, но и формирование личности, профориентация и подготовка к жизнедеятельности в обществе, функционирующем в условиях быстрых изменений, комплексности и высокой неопределенности.

Учебные планы школы и формы их реализации могут быть не слишком академичными и должны быть связаны с реальной жизнью, при этом возможны и другие подходы. Безусловно, отдельные направления обучения и подходы к предпринимательству, развитые в зарубежных школах, представляют интерес и для отечественной общеобразовательной школы.

Предпринимательское образование в США. Ведущей для образования в США продолжает оставаться концепция «Образование для карьеры» (Career Education). Эта концепция предусматривает организацию содержания всех курсов обучения в общеобразовательной школе по принципу комплексности и отражается в переходе к более широкой, обще- трудовой и политехнической подготовке учащихся. В основе программ «образования для карьеры» лежит последовательное формирование профессиональных знаний, умений, навыков и личностных качеств, необходимых современным работникам предприятий и учреждений. Первостепенная роль отводится педагогическим технологиям, формирующим умения самостоятельно добывать знания и навыки адаптации к новым условиям работы. Еще в 90-х годах прошлого столетия в США был поставлен вопрос об установлении связей между школой и производством. Школа стала больше ориентироваться на реальный мир, уделять больше внимания связям с местным сообществом,

осуществлять целенаправленную подготовку учащихся, связанную с выбором профессии.

Некоммерческой корпорацией «*Junior Achievement*» была разработана и реализуется программа предпринимательской подготовки (Business Education) школьников США, целью которой является обучение молодых людей свободному бизнесу. Через систему национальных региональных центров в программе «*Junior Achievement*» в США участвуют более 4 млн учащихся общеобразовательных учреждений. В других странах численность участников этой программы превышает 2 млн человек (в 112 странах мира). Школьники России участвуют в этой программе с 1991 года.

Программа «*Junior Achievement*» стремится к тому, чтобы каждый школьник имел фундаментальное понимание системы свободного предпринимательства, а также практические навыки предпринимательской деятельности. Еще в стенах школы программа готовит учащихся к тому, что после ее окончания они могут стать работниками предприятий, столкнуться с конкуренцией на рынке труда, получить возможность стать предпринимателями. Примечательно, что реализации программы «*Junior Achievement*» в США помогают более 76 тыс. добровольцев, которые посещают учебные классы и сопровождают учебный материал примерами ведения бизнеса из своей жизни. В состав добровольцев входят специалисты предприятий, предприниматели, родители, студенты университетов и пенсионеры. При этом время их работы составляет не более 10 часов в месяц. Это один из важных ресурсов образовательной системы «*Junior Achievement*». Важность данной программы оценена обществом, что подтверждается большим числом спонсоров национальной штаб-квартиры «*Junior Achievement Incorporated*» (более 200 корпораций США, включая различные благотворительные, инвестиционные фонды и личные пожертвования граждан) [7].

Исследования в сфере образования, проведенные американской ассоциацией «*Formative Evaluation*», показывают, что выпускники программы «*Junior Achievement*» обладают гораздо большим пониманием принципов организации предпринимательства и значительной готовностью осуществлять предпринимательскую деятельность, чем их сверстники.

Школьная компания (Student Company) является самой первой и основной программой «*Junior Achievement*» для учащихся старших классов США. Благодаря школьной компании более миллиона учащихся ежегодно изучают правила ведения бизнеса и осуществления личного финансового учета. Школьники учатся пользоваться кредитной картой, получают навыки рекламной и коммерческой деятельности, осваивают управление малым предприятием. Школьная компания способствует формированию у учащихся личных качеств предпринимателя, включая предприимчивость, коммуникабельность, самостоятельность и ответственность. «Что потребуется мне, чтобы начать свой бизнес?», «Как мне благополучно инвестировать средства на фондовой бирже?», «Какие качества личности сегодняшние

предпринимателями считают главными?» – вот те вопросы, на которые молодое поколение успешных инвесторов и предпринимателей находит ответы.

Развитию школьных компаний в США и формированию предпринимательских взглядов молодых людей способствует издание молодежного журнала «Young Money Magazine». По мнению редактора журнала Т. Romer, «Мы создаем условия того, чтобы доставить на рынок образовательных услуг важнейшие материалы для сегодняшней молодежи. Из-за высокого роста уровня интереса к предпринимательскому образованию сегодня большое количество молодежи становится гораздо более осведомленными в сфере управления деньгами. Подростки хотят узнать, что им нужно делать с точки зрения получения заработка, инвестирования и расхода их денежных средств. Одна из основных целей школьных компаний – формирование у молодых людей способностей к экономической жизни».

Показательным является сотрудничество «Junior Achievement» с ведущими американскими фирмами.

Партнерство корпорации «Ackerley Group» по финансированию «Junior Achievement» является примером сочетания национальной идеи бизнес-образование молодежи и рекламной кампании самой корпорации. Рекламная кампания разрабатывается, чтобы завербовать дополнительных добровольцев из делового мира, чтобы большее количество молодежи могло участвовать в школьной компании.

Реклама по подбору добровольцев для программ «Junior Achievement» проводится по телевизионным каналам и при помощи радиостанций «Ackerley Group» а также отображается на рекламных щитах по всей стране, потенциально достигающих аудитории более 10 млн. человек.

Служащие корпорации «Ackerley» участвуют в программе в качестве бизнес-консультантов школьных компаний. Такая роль позволяет им распространять свои профессиональные знания в сфере маркетинга, рекламы, производства, а также прояснять ту роль, которую играет каждый гражданин общества в экономике страны. Компания оплачивает время участия своих специалистов в работе со школьниками (по два часа в неделю). «Ackerley Group» охватывает в общей сложности 18 независимых компаний, которые осуществляют внешнюю рекламу на четырех основных столичных рынках и в свыше 70 аэропортах по всем Соединенным Штатам Америки. Трансляцию рекламы корпорации проводят девять телевизионных станций.

Продвижение программ «Junior Achievement» и развитие школьных компаний осуществляется и на соревнованиях по баскетболу. Являясь членом Национальной баскетбольной ассоциации (НБА) с 1997 года, «Ackerley Group» обеспечивает спонсорские поступления «Junior Achievement Inc.» в среднем до 6% ее годовых валовых поступлений.

С 1999 года корпорация «Hewlett-Packard» совместно с «Junior Achievement International» организует для участников школьных компаний международный турнир компьютерного моделирования предпринимательской деятельности среди более 1 тыс. команд учащихся школ из более 80 стран мира.

Используя программное обеспечение, разработанное учеными Гарвардского университета, интернет и электронную почту, учащиеся соревнуются в том, какая команда может предложить наиболее прибыльный бизнес.

Корпорация «Microsoft» и ее деловые партнеры являются наставниками почти 5 тыс. учащихся. Школьники, посещающие рабочие места корпорации, имеют возможность поучиться «реальному миру бизнеса». Они знакомятся с рабочими местами сетевого менеджера, специалиста по диалогу с цифровым носителем информации, программного разработчика, администратора информационных систем, технического редактора, бухгалтера, менеджера отделов продаж и работника рекламной службы. Участие компании «Microsoft» в программе «День Карьеры» является частью программы корпорации «Способности», которая направлена на ликвидацию нехватки рабочей силы в электронной промышленности и телекоммуникационных компаниях. Программа «Способности» имеет целью получить знания и расширить возможности будущей карьеры для людей юношеского возраста, разных образовательных уровней и способностей.

Участие «Microsoft» в этой инициативе подчеркивает общественное обязательство компании, которое обеспечивает формирование реальной готовности молодых людей к предпринимательству. Такой деятельностью компания реализует свой девиз: «Высокотехнологичной промышленности нужны квалифицированные работники».

Корпорация является членом информационной ассоциации коммуникационных технологий США, которая сегодня объединяет 346 тыс. работников. По оценке департамента торговли США, к 2010 году компьютерным и телекоммуникационным компаниям страны потребуется 1,3 млн. работников для новых рабочих мест. Так как эта промышленность растет, существуют широкие возможности для будущей карьеры школьников в компании «Microsoft» или компаниях ее партнеров.

Специфика предпринимательского образования в Японии. Своеобразные отношения сложились между предпринимателями и школой в Японии. Колоссальные успехи японской промышленности можно, без сомнения, в немалой степени связать со школой. Но связь эта не столь прямолинейна. В отличие от европейских стран, Япония пошла по своему пути. Не введение дополнительных часов на трудовую или профессиональную подготовку, а солидное общее образование, высокий уровень обучения, развитие личности, воспитание привычки к труду – вот тот фундамент, на котором строится подготовка учащихся к вступлению в мир профессионального труда. Для японской школы характерно широкое академическое содержание. Возможно, подобный подход объясняется экономическими успехами и низким уровнем безработицы, что притупило заботу о занятости молодежи.

Система пожизненного найма в крупных фирмах и государственном секторе также свидетельствует о том, что предприниматели больше заинтересованы в потенциале развития, чем в готовых знаниях и умениях. Но несмотря на это, во многих частных школах Японии внедряются

образовательные программы обучения школьников знаниям основ бизнеса и практики предпринимательства. Руководители школ объясняют такие нововведения большой заинтересованностью детей и их родителей. Объективным же фактором является длительный застой в экономике Японии с начала 90-х годов и потеря конкурентоспособности многих традиционно лучших японских товаров.

Предпринимательское образование в Великобритании рассматривается как важная составная часть школьной подготовки учащихся. Как самостоятельный курс экономики в настоящее время изучается в 21% школ Великобритании (в 1995 году – от 10 до 12%). По мнению педагогов, понимание экономических аспектов современного общества доступно учащимся любого возраста. Однако систематической работе в этой области препятствуют нехватка соответствующих учебных материалов и недостаточная подготовленность учителей.

Одной из наиболее важных тенденций в школах Великобритании является усиление внимания к предметам практического цикла в общем образовании. Чаще всего в британской педагогической литературе указывается, что на это влияют экономические требования сегодняшнего дня и необходимость готовить всех подростков к жизни в высокотехническом обществе. Эта тенденция наглядно просматривается при изучении учебных планов британских школ, в которых можно обнаружить огромное количество различных практических курсов, например, «Теория и практика инженерного дела», «Изучение транспортных моторов», «Фотография», «Киносъемка», «Коммерция», «Бизнес», «Машинопись», «Стенография».

Условия рыночной экономики требуют широкой и всесторонней подготовки учащихся к жизни и труду. Одним из направлений реформы образования в 1988 году в школах Великобритании было изменение содержания предметов трудового цикла и замена курса «Ремесло, дизайн, технология» другим – «Технология». Это отражает эволюцию взгляда на понятие «технология», которое ранее использовали только в узком смысле, как технологический процесс в сфере производства. Теперь технология в широком понимании – это часть общей культуры, представляющая совокупность методов воздействия на материальный мир и средство его преобразования.

В технологической подготовке школьников Великобритании просматривается стремление использовать активный подход в обучении:

- через разработку и выполнение проектов на уроках, причем важно, что ребята учат искать проблемы, изучая нужды и потребности людей, и из нескольких вариантов решения находить оптимальный вариант;
- через организацию мини-предприятий по производству и продаже товаров и услуг;
- через приобретение непосредственного опыта работы на предприятиях.

Особое внимание уделяется мини-предприятиям, созданным самими учащимися. Они готовят учащихся к вступлению в мир бизнеса и коммерции, обеспечивают развитие широкого спектра практических

навыков и личных качеств, поощряют инициативу и творчество, убеждают учащихся в возможности самостоятельно обеспечить себя работой, помогают в профориентации.

На практике используется две цели предпринимательского образования:

1. Целенаправленное формирование качеств личности предпринимателя (предприимчивость, инициативность, самостоятельность, творчество, коммуникабельность, способность идти на риск и т.д.).

2. Формирование умений и навыков организации и осуществления проекта мини-предприятия.

Для обозначения процессов развития соответствующих качеств личности школьника, а также освоения знаний, умений и навыков в области организации предприятий впервые предложен термин «предпринимательское образование».

В школах Великобритании выработано четыре модели включения предпринимательского образования в учебные планы школ:

- деятельностьная модель;
- предпринимательство как предмет;
- модульный подход;
- общешкольный подход.

В рамках учебного процесса предлагается обязательно использовать организацию мини предприятий для обучения учащихся на третьей и четвертой образовательной ступени школы. По мнению британских педагогов, для осуществления предпринимательского образования необходимо изменить подход к обучению, в том числе по следующим позициям:

- учитель – это товарищ, помощник, но не эксперт;
- роль учащегося не пассивная, воспринимающая, а активная,

порождающая;

- для взаимоотношений между учащимися характерен дух

сотрудничества, а не соревнования;

- деятельность осуществляется не в одиночку, а маленькими группами;
- акцент делается не на содержание (знать что), а на процесс (знать как);
- уроки должны стать гибкими, темы выбираются путем обсуждения, а

не навязываются;

- необходимо вырабатывать сомневающийся взгляд на мир (позиция «это правильно, а это неправильно» неприемлема);

- учащимся предоставляется широкая свобода действия с целью

воплотить теорию в практику.

Национальный учебный план Великобритании, давая возможность перестроить подходы к обучению, несомненно, способствует развитию предпринимательского образования. Он отражает осознанную государством важность такой деятельности учебных заведений.

На государственном уровне разработана система финансирования школьных мини-предприятий. На первом этапе Вестминстерский

национальный банк выделяет безвозмездную субсидию в 40 фунтов стерлингов каждой школе, которая хочет открыть мини-предприятие (для покупки литературы и учебных материалов). Это дает возможность учителям понять, что такое мини-предпринимательство, и осуществить выбор конкретного проекта. Затем возможно получение субсидии, для которой необходимо заполнить заявку и послать ее в ближайшее отделение банка. На втором этапе этот же банк дает каждому мини-предприятию в школе ссуду до 50 фунтов стерлингов под небольшие проценты в качестве начального капитала.

Предварительно представитель банка обсуждает с учителем и учащимися конкретный бизнес-проект мини-предприятия, объявляет все процедуры, связанные с открытием счета, выплатой налога. Это добавляет реальности и повышает практическую значимость деятельности учащихся. Перед организацией собственного мини-предприятия учителя и учащиеся получают соответствующую подготовку.

Предпринимательская деятельность в образовательном контексте помогает учащимся стать более гибкими, уверенными в себе, независимыми, уметь принимать решения, планировать, более творчески подходить к делу, решать проблемы, ориентироваться в ситуации, взаимодействовать с партнерами, иметь больше социальных навыков, информации о бизнесе, лучше узнать себя и научиться руководить. Для знакомства учащихся с видами предпринимательства в учебные планы школ внедрены различные учебные курсы, основанные на реальной предпринимательской деятельности или ее моделировании.

Анализ деятельности школ Великобритании свидетельствует, что предпринимательская подготовка стала частью учебно-воспитательного процесса, а на государственном уровне она является обязательным элементом системы подготовки молодежи к жизни и деятельности в условиях рыночных отношений.

Предпринимательское образование во Франции. Как во всех развитых странах, во Франции широко распространен взгляд на школу как на социальный институт, где формируется будущее нации, кадры национальной экономики. Определение путей модернизации школьного образования во Франции проходит под воздействием научно-технической революции и глобализации в условиях обострения конкурентной борьбы на мировом рынке.

На необходимость серьезного повышения качества образования, в том числе предпринимательской подготовки школьников, указывается в решениях государственных органов, работах ученых, выступлениях французской общественности. При этом указывается, что образование сегодня должно не только отражать современный этап развития экономики, техники, общественных отношений, но и соответствовать перспективному уровню научно-технического развития страны в XXI веке.

Необходимость обеспечения качественного экономического образования всех школьников подчеркивается в правительственной программе «Образование будущего», которая принята во Франции в 1985 году. Во Франции с младшего

школьного возраста детей начинают целенаправленно знакомить с основами экономических знаний, дают наиболее общие понятия о современном производстве и основных профессиях.

В процессе трудовой стажировки, программа и место проведения которой согласуются с родителями, французские школьники получают денежное вознаграждение, принося тем самым доход семье. В предпринимательской подготовке учащихся средней школы принимают активное участие компании и предприятия, непосредственно заинтересованные в качественной подготовке специалистов. Со второго класса лица (десятый год обучения в средней школе) учащиеся могут выбрать обучение в группе с четко выраженным социально-экономическим характером.

Представляет большой интерес кооперативное движение во Франции, которое имеет ярко выраженное педагогическое значение. Кооперативы объединяют детей по интересам, имеют сельско-хозяйственную, природоохранительную или иную направленность.

Существующее сегодня кооперативное движение во Франции является продолжением идей С. Френэ, который еще в 20-е годы XX века увлекся «новым воспитанием». По представлениям С.Френэ, плодотворное воспитание учащихся возможно лишь при широком использовании новых материальных средств обучения. В своей школе напервое место среди этих новых средств он поставил типографию. До сих пор типографская машина является непременной принадлежностью школ Франции, работающих по методу Френэ.

С.Френэ, критикуя традиционную школу, удивляется, как мало внимания она уделяет практической предпринимательской подготовке детей. Например, в преподавании математики, по мнению Френэ, должна быть сокращена теория и увеличено время на выработку практических навыков счета, то есть того, что пригодится ребенку непосредственно в жизни, например, при составлении бюджета, расчете с продавцом или покупателем и т.д. В школе, работающей по методу С.Френэ, создается «школьный кооператив», членами которого становятся все учащиеся. Во главе кооператива стоит совет, в который входят несколько учащихся и учитель.

Под контролем кооператива находится вся хозяйственная деятельность школы, работа школьников по самообслуживанию. Кооператив является также дисциплинарной организацией: он рассматривает случаи различных нарушений в школе, разбирает конфликты между учащимися, решает вопросы о поощрении и наказании членов кооператива. Состав совета ежегодно меняется, структура школьного кооператива в целом очень демократична и основывается на принципах самоуправления, что помогает воспитывать у детей предприимчивость, деловитость, самостоятельность, ответственность. Идеи С.Френэ до сих пор оказывают заметное влияние на школьное образование. Сейчас это целое педагогическое движение школьной кооперации, осуществляющей свою деятельность по принципу «класс – кооператив».

В 1928 году во Франции было создано Национальное бюро школьных кооперативов(ОССЕ), при вступлении в которое школьный кооператив до сих

пор получает ряд льгот. В 80-х годах прошлого столетия во Франции и в некоторых странах Европы была разработана концепция «Образование в целях подготовки к карьере», которая представляет собой программу интенсивной подготовки к предпринимательской деятельности в процессе общего образования, профессионально-трудоового обучения и профориентации. Такая программа была разработана для того, чтобы устранить разрыв между школой и производством, наладить надежную связь школьного образования с предпринимательским сектором экономики.

Предпринимательское образование в других странах Европы.

Программы обучения учащихся основам экономики и предпринимательства широко распространены и в других странах Европы. С 2000 года под эгидой Совета Европы ежегодно проводятся общеевропейские ярмарки школьных и студенческих компаний, которые представляют более 30 стран сообщества, в том числе ученические предприятия России, Латвии, Эстонии и Украины. В период ярмарок школьники не столько реализуют свой товар, сколько демонстрируют успехи своих систем образования. Ярмарки ученических предприятий проводятся в разных странах Европы по несколько раз в течение года [8].

Это свидетельствует о широте движения межгосударственной «Ассоциации юных предпринимателей Европы». Интерес представляет также современное общее образование в северных странах Европы, в том числе в *Норвегии*, где еще в начальной школе в списке обязательных предметов помимо математики, родного и английского языков, рисования и музыки значится такой предмет, как домашняя экономика. Учеба организована так, чтобы дети учились совместно оценивать последствия тех или иных решений. Каждый ученик совместно с преподавателем составляет личный план домашней и школьной работы на неделю.

С 1-го по 7-й класс в школах нет традиционных оценок, а есть такие оценки, как «работа в команде», «обсуждение», «принятие решений». В 8-м классе появляются новые предметы – экономика, экология, бухучет, а также предметы, предусматривающие профессиональную ориентацию. Главное сформировать оптимистическую оценку собственных способностей. С 16 лет норвежцы посещают старшую школу и учатся там три года. В большинстве старших школ имеется два отделения: академическое и отделение профессионального мастерства. На академическом отделении изучаются привычные всем математика, физика, литература, география и другие общеобразовательные предметы, включая экономику.

С каждым годом школьник имеет возможность уделять больше времени тем предметам, которые его интересуют. Экзамены сдают те ученики, которых выбирает Экзаменационный секретариат Норвегии. Список предметов, по которым школьники сдают экзамен, всегда постоянен: информатика, экономика, математика и английский язык.

Весьма популярны в школах отделения профессионального мастерства, поскольку их выпускники всегда получают хорошую высокооплачиваемую

работу. Здесь в течение двух лет школьники изучают слесарное, столярное и строительное дело, под руководством преподавателей осваивая весь производственный процесс, а затем еще два года проходят практику на предприятиях. После этого молодые люди получают школьный диплом с присвоением профессиональной квалификации. После окончания школы молодые люди могут продолжить обучение в колледже или университете, могут провести год в народной школе. «Высшая народная школа» – это северный феномен, появившийся в Дании 150 лет назад. Затем они распространились по всей Скандинавии, где в настоящее время их насчитывается около 400. В Норвегии вдали от городского шума и суеты расположено 82 народные школы. Каждая школа имеет свою специализацию, например, спорт, туризм, иностранные языки и фотография; музыка и сценическое искусство; социальные науки, педагогика и журналистика. Диплом народной школы дает дополнительные очки при поступлении в университет.

Задачей народной школы является не столько обучение, сколько формирование личности и помощь в выборе профессии. Много времени здесь уделяется общению, работе в команде, проектам, походам, в которых студенты и преподаватели участвуют совместно. Итак, можно выделить два основных подхода в предпринимательском образовании в зарубежных странах:

1. Подготовка к предпринимательской деятельности в процессе общего образования (через введение специализированного образования за счет самостоятельных курсов экономики и предпринимательства на основе дополнительных часов).

2. Качественное общее образование, направленное в большей степени на развитие личности, как база для подготовки учащихся к будущей профессиональной деятельности.

Российские программы обучения предпринимательству. Обучение по государственной программе «Ты – предприниматель». С 2009 года совместными усилиями «Росмолодежи» и Минэкономразвития РФ на территории Российской Федерации реализуется федеральная программа «Ты – предприниматель». Целью программы является развитие молодежного предпринимательства в России - целевая аудитория — это школьники старших классов, студенты вузов и техникумов, молодые люди с бизнес-идеей, которые хотят открыть свое дело. В рамках федеральной программы «Ты-предприниматель» проводятся разные мероприятия, для школьников и студентов это [9].

Бизнес-квест «Колесо».

Бизнес-квест «Колесо» - обучающая программа для старшеклассников и студентов. Общее количество участников от 60 человек. Участники объединяются в команды по 15 человек и проходят 5 этапов, на каждом из которых они выполняют определенные задания. В процессе выполнения заданий в командах выделяются лидеры, распределяются роли. Задания направлены на знакомство учащихся с разными предпринимательскими компетенциями и позволяют исследовать неизвестные для учащихся области

бизнеса – экономика, юридическое обеспечение, маркетинг и т.д., а также требуют творческого подхода, тренируют навыки командной работы.

Заключительная часть игры предполагает разработку учебного бизнес проекта и защиту его перед действующими предпринимателями, экспертами и представителями властных структур, осуществляющих поддержку предпринимательства в регионе.

Заключительная часть игры предполагает разработку учебного бизнес проекта и защиту его перед действующими предпринимателями, экспертами и представителями властных структур, осуществляющих поддержку предпринимательства в регионе.

Школа «Мандарины бизнеса»

Школа начинающих предпринимателей «Мандарины бизнеса» - это многоуровневая интерактивная программа бизнес-образования для учащихся средних профессиональных учебных заведений (техникумов). Мероприятия школы направлены на выявление молодых людей, обладающих способностями и интересом к предпринимательской деятельности. Обучение построено по актуальным методикам и способствует формированию предпринимательских навыков, получению всесторонних знаний о рыночной экономике и бизнес-проектировании. Программа включает заочные и очные этапы.

1 этап – дистанционный – генерация бизнес-идей в командах.

2 этап – очный – краш-тест идей.

3 этап – обучение 1 блок – командообразование/доработка идей.

4 этап – очный курс – управленческий поединок.

5 этап – обучение 2 блок – маркетинг и реклама.

6 этап – очный курс – защити свою рекламную компанию.

7 этап – обучение 3 блок – считаем деньги на бизнес.

8 этап – финальный конкурс – продай идею инвестору

Школа юного предпринимателя

Это – мероприятие, направленное на повышение имиджа предпринимательской деятельности с целью дальнейшего привлечения молодежи в бизнес-среду, формирование положительного имиджа предпринимателя. Программа «Школы юного предпринимателя» разработана специально для старшеклассников. Знакомит участников с основными понятиями предпринимательской деятельности в формате интерактива, проблемных дискуссий и индивидуальной работы в тетради-путеводителе по миру предпринимательства.

В процессе занятий у ребят:

1. Формируются понятия «Предприниматель», «Предпринимательство», «Собственный бизнес».

2. Дается общая схема этапов развития бизнеса, бизнес-план.

3. Даются общие понятия подсистем бизнеса (продажи, финансы, люди и т. п.).

4. Рассказывается, как правильно сформировать команду, выстроить отношения с наемными работниками, разработать систему мотивации. В

результате: участники программы смогут понять, что нужно для того, чтобы стать бизнес-лидером, как организовать собственное дело, как правильно ставить и достигать цели, выбрать направление деятельности, узнают, как быть полезным своей стране в сфере предпринимательства.

Завершающий цикл «Олимпиада по предпринимательству»

В районах области формируют команды из ребят, которые проходили обучение в школе юного предпринимателя или принимали участие в других мероприятиях. Командам каждого района заранее высылаются методические пособия для выполнения домашнего задания с руководителем-сопровождающим старшеклассников от района.

Программа Олимпиады включает в себя:

- презентацию Бизнес-идеи в качестве домашнего задания;
- письменный тест по предпринимательству из 20-ти вопросов;
- творческое задание по продвижению бизнес-идеи на рынке.

Цели мероприятия «Олимпиады по предпринимательству»:

- создание условий для роста численности молодых предпринимателей, увеличения доли их деятельности в экономике региона посредством формирования предпринимательского мышления у школьников;

- выявление и развитие у школьников творческих способностей и интереса к предпринимательской деятельности, навыков предпринимательского поведения в различных ситуациях, формирование всесторонних знаний о рыночной экономике и бизнес - проектировании;

- развитие новых образовательных форм и педагогических технологий,

направленных на формирование предпринимательской компетенции обучаемых;

- выявление и поощрение активных, стремящихся к предпринимательской деятельности молодых людей;

- стимулирование молодых людей к открытию и ведению собственного дела;

- организация общения и передачи опыта состоявшихся предпринимателей молодому поколению;

- объединение усилий государственных органов и общественных объединений для поддержки молодежного предпринимательства;

- продвижение и развитие предпринимательской культуры средимолодых людей.

Главная черта всех мероприятий – это оригинальность. Каждая образовательная программа уникальна и разработана специально для выбранной аудитории. Плюсом является еще и то, что все мероприятия проводятся в игровой форме, что облегчает усвоение полученных знаний.

Мероприятия для молодых людей с бизнес-идеями;

Мероприятия для школьников с бизнес-идеями.

Школа молодых предпринимателей «Бизнес под ключ». «Школа молодого предпринимателя» дает возможность молодым людям (в возрасте от 18 до 30

включительно), желающим открыть свое дело, получить навыки открытия бизнеса «с нуля». За месяц активной работы каждый из участников сможет не только разработать жизнеспособный бизнес-проект, но и получить полный цикл сопровождения открытия юридического лица. Таким образом, участники, сумевшие дойти до финала, получают «бизнес «под ключ»».

Школа строится на принципе активного включения каждого участника в образовательный процесс и состоит из:

- лекционного материала (очная форма и онлайн трансляции);
- работы с успешными бизнесменами-практиками (очная форма, zoom, чаты ватсапп, телеграмм);
- бизнес – коучинга (выбор формы общения остается за специалистом, возможности они обеспечивают);
- библиотеки знаний (электронный вариант)

Все специалисты, участвующие в данном проекте, являются успешными практиками в своей области. Это высокопрофессиональные, имеющие имя на рынке специалисты, готовые делиться опытом и навыками с молодыми предпринимателями.

2. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРЕДМЕТУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА»

2.1 Использование технологии обучения в преподавании предмета «Основы предпринимательства и бизнеса»

В методическую рекомендацию на конкретных примерах включены новые технологии в преподавании предмета «Основы предпринимательства и бизнеса»: применение ИКТ, STEM-образование, метод геймификации, кейс-технология, проектирование, методы исследования, рекомендации по методике PBL.

Перед применением методов обучения в преподавании дисциплины «Основы предпринимательства и бизнеса» важно знать специфику применения технологий обучения в учебном процессе.

Технология обучения – совокупность средств и методов воспроизведения теоретически обоснованных процессов обучения и воспитания, позволяющих успешно реализовывать поставленные образовательные цели.

Рассмотрим существующие виды технологий обучения:

1. *Традиционная (репродуктивная) технология.* Обучаемому отводится роль исполнительские функции репродуктивного характера. Действия учителя связаны с объяснением, показом действий, оценкой их выполнения учащимися и корректировкой.

2. *Технология развивающего обучения.* Развитие ученика, в частности развитие интеллекта, идет вслед за обучением и развитием. Развитие школьников можно ускорить за счет эффективности обучения. Принцип обучения на высоком уровне трудности, быстрыми темпами, ведущая роль отводится теоретическим знаниям. Стимулирование рефлексии учащихся в различных ситуациях учебной деятельности.

3. *Технология поэтапного формирования умственных действий.* Знания, умения и навыки не могут быть усвоены и сохранены вне деятельности человека. Для безошибочного выполнения действий человек должен знать, что при этом произойдет, на какие аспекты происходящего необходимо обратить внимание. Шесть этапов усвоения: актуализация мотивации, осознание схемы ориентировочной основы деятельности, выполнение действий во внешней материализованной форме, внешне речевой этап, этап внутренней речи, переход действий во внутренний план.

4. *Технология коллективного взаимодействия.* Организованный диалог, сочетательный диалог, коллективный способ обучения, работа учащихся в парах сменного состава. В ходе занятия каждый прорабатывает свою часть информации, обменивается ей с партнером, тот в свою очередь ищет нового партнера для совместного обучения.

5. *Технология полного усвоения.* Технология задает единый для учащихся фиксированный уровень овладения знаниями, умениями и навыками, но делает переменными для каждого обучающегося время, методы, формы, условия

труда. К целям познавательной деятельности относятся: знание, понимание, применение, обобщение, оценка. Весь материал делится на учебные единицы. К каждой учебной единице разрабатывается коррекционный дидактический материал, который дает ученику возможность подобрать подходящие для него способы восприятия, осмысления и запоминания. По всей теме определяется эталон ее полного усвоения. Отметка за усвоение темы выставляется после заключительной проверки по эталону.

6. *Технология разноуровневого обучения.* Технология разноуровневого обучения предусматривает уровневую дифференциацию за счет деления потоков на подвижные и относительно гомогенные по составу группы, каждая из которых овладевает программным материалом в различных образовательных областях на базовом и вариативном уровнях (базовый уровень определяется государственным стандартом, вариативный – носит творческий характер, но не ниже базового уровня). Используются три варианта дифференцированного обучения: дифференцированное обучение предполагает добровольный выбор каждым учеником уровня усвоения учебного материала, организацию самостоятельной работы учащихся на различных уровнях, опережающее обучение по индивидуальному плану.

7. *Технология адаптивного обучения.* Технология адаптивного обучения является разновидностью технологии разноуровневого обучения, она предполагает гибкую систему организации учебных занятий с учетом индивидуальных особенностей обучаемых. Центральное место в этой технологии отводится обучаемому, его деятельности, качествам его личности. Особое внимание уделяется формированию у них учебных умений. Приоритет при использовании технологии адаптивного обучения отдается самостоятельной работе. Данная технология дает возможность целенаправленно варьировать продолжительность и последовательность этапов обучения.

8. *Технология программированного обучения.* Характерные черты технологии программированного обучения – это технология самостоятельного индивидуального обучения по заранее разработанной обучающей программе с помощью специальных средств. Она обеспечивает каждому учащемуся возможность осуществления учения в соответствии с его индивидуальными особенностями (темп обучения, уровень полученных знаний и др.). Основное средство реализации технологии программированного обучения – обучающие программы. Она предписывает последовательность действий по овладению определенной единицей знаний. Обучающие программы могут быть оформлены в виде программированного учебника или других видов печатных пособий, или программ, подаваемых с помощью компьютерной техники.

9. *Технология компьютерного обучения.* Технологии компьютерного обучения дают возможность решать почти все дидактические задачи. Компьютеры выдают определенную информацию, проверяют, усвоили ли ее учащиеся и в какой мере, формируют соответствующие теоретические знания и практические умения, открывают доступ к электронным библиотекам, к

основным отечественным и международным базам данных. Некоторые компьютерные программы могут приспособлять темп обучения к индивидуальным особенностям учащихся, анализировать каждый ответ и на этой основе устанавливать очередные порции учебного материала и т.д.

10. Технология проблемного обучения. Технология проблемного обучения предполагает организацию под руководством учителя самостоятельной поисковой деятельности учащихся по решению учебных проблем, в ходе которых у учащихся формируются новые знания и умения, развиваются способности, познавательная активность, творческое мышление и другие личные качества. При проблемном обучении преподаватель не сообщает знания в готовом виде, а ставит перед учеником задачу, заинтересовывает его, пробуждает у него желание найти способ ее разрешения. По степени познавательной самостоятельности учащихся проблемное обучение осуществляется в трех основных формах: проблемного изложения, частично-поисковой деятельности и самостоятельной исследовательской деятельности.

11. Технология модульного обучения. Модуль – это целевой функциональный узел, в котором объединено учебное содержание и технология овладения им. Состав модуля: целевой план действий, банк информации, методическое руководство по достижению дидактических целей.

При модульном обучении максимальное количество времени отводится на самостоятельное обучение, особое внимание уделяется самоконтролю и самооценке.

12. Технология концентрированного обучения. Суть концентрированного обучения состоит в том, что уроки объединяются в блоки; в течение дня, недели сокращается число параллельно изучаемых учебных дисциплин. Чтобы предупредить забывание материала, усвоенного на уроке, следует провести работу по его закреплению в день восприятия, т.е. необходимо на какое-то время более основательно «погрузиться» в предмет.

13. Технология проектного обучения. Технология проектного обучения является одним из вариантов практической реализации идеи продуктивного обучения. *проектное обучение* характеризуется тем, что образовательный процесс имеет на выходе индивидуальный опыт продуктивной деятельности. Целью *проектного обучения* является не усвоение суммы знаний и не прохождение образовательных программ, а реальное использование, развитие и обогащение собственного опыта учащихся и их представлений о мире. Каждый ученик получает возможность реальной деятельности, в которой он может не только проявить свою индивидуальность, но и обогатить ее.

14. Технология дистанционного обучения. Технология дистанционного обучения - это получение образовательных услуг без посещения учебного заседания, с помощью современных систем телекоммуникации, таких как электронная почта, телевидение и интернет. Получив учебные материалы, обучающийся может овладевать знаниями дома, на рабочем месте или в специальном компьютерном классе. Консультации при дистанционном обучении являются одной из форм руководства работой обучаемых и оказания

им помощи в самостоятельном изучении предмета. Технологии дистанционного обучения реализуются с помощью различных методов обучения (через приложение Zoom.us, WhatsApp, Googleclassroom, BilimLand(online-mektep.org) и др.) [10].

2.2. Существующие подходы к обучению предпринимательству

В преподавании термин «подход» определяется как совокупность принципов, определяющих стратегию обучения или воспитания. При этом каждый принцип регулирует разрешение конкретных противоречий, возникающих в процессе обучения, а их взаимодействие – разрешение основных его противоречий.

В педагогике существуют следующие подходы: дифференцированный, индивидуальный, личностный, интерактивный, поисковый, инновационный.

Дадим краткую характеристику каждого подхода.

1. *Дифференцированный подход* в воспитании предполагает реализацию педагогом воспитательных задач применительно к возрасту, полу, уровню обученности и воспитанности учащихся. Дифференциация направлена на изучение качеств личности, ее интересов, склонностей, уровня самосознания и социальной зрелости. При дифференцированном подходе учащиеся группируются на основе сходства в интеллекте, поведении, отношениях, уровне сформированности ведущих качеств. В современной практике выделяют группы детей с разным уровнем интеллектуального развития, детей с физическими недостатками, подростки, нуждающиеся в воспитании и др. Воспитательная работа при дифференцированном подходе ведется с группами. Каждая группа учащихся требует индивидуального подхода и личностно-ориентированного воспитания, а также своей системы методов педагогического воздействия.

2. *Индивидуальный подход* определяется своеобразием каждой конкретной личности: сочетанием интегративных качеств, задатками, дарованиями, способностями, сильными сторонами характера, типом темперамента, самоуправлением, поведением и деятельностью, отношением к себе. По мнению В. М. Коротова, индивидуальный подход должен учитывать интересы каждого ребенка, особенности характера и темперамента, уровень физического и психического развития, условия его воспитания и развития в семье, отношения с окружающими, в частности со сверстниками в коллективе. Следовательно, будучи принципом педагогической деятельности, он включает положения личностного и дифференцированного подходов, но не сводится к ним.

3. *Личностный подход* - это важнейший принцип психолого-педагогической науки, предусматривающий создание активной образовательно-воспитательной среды и учет своеобразия индивидуальности личности в развитии и саморазвитии. Именно этот принцип определяет положение ребенка

в воспитательном процессе, означает признание его активным субъектом деятельности, а, следовательно, означает становление субъектных отношений.

4. *Интерактивный подход* – это определенный тип деятельности учащихся, связанный с изучением учебного материала в ходе интерактивного урока. Интерактивные подходы: творческие задания; работа в малых группах; обучающие игры (ролевые, деловые игры и образовательные игры); использование общественных ресурсов (приглашение специалиста, экскурсии); социальные проекты и другие внеаудиторные методы обучения (социальные проекты, соревнования, фильмы, спектакли, выставки, представления, песни и сказки); разминки; изучение и закрепление нового материала (интерактивная лекция, работа с наглядными пособиями, видео - и аудиоматериалами); обсуждение сложных и дискуссионных вопросов и проблем («Займи позицию (шкала мнений)»; разрешение проблем («Дерево решений».)

5. *Поисковый подход*. В рамках этого подхода к обучению целью является развитие у учащихся возможностей самостоятельно осваивать новый опыт; ориентиром деятельности педагога и учащихся является порождение новых знаний, способов действий, личностных смыслов.

6. *Инновационный подход*. Инновационные уроки, реализуются, как правило, после изучения какой-либо темы или нескольких тем, выполняя функции обучающего контроля и оценки знаний учащихся. Такие уроки проходят в необычной, нетрадиционной обстановке. Подобная смена привычной обстановки целесообразна, поскольку она создает атмосферу праздника при подведении итогов проделанной работы, снимает психологический барьер, возникающий в традиционных условиях из-за боязни совершить ошибку. Такие уроки осуществляются при обязательном участии всех учащихся, а также реализуются с непременным использованием средств слуховой и зрительной наглядности (компьютерной и видео техники, выставки, буклеты, стенды). На таких уроках удается достичь самых разных целей методического, педагогического и психологического характера [11].

2.3. Некоторые действующие зарубежные программы и подходы к обучению предпринимательству

1. *Метод TAMS*. В рамках проекта, финансируемого Советом Министров Северных Стран «Инновационные методы обучения предпринимательству», в 2015 году был разработан метод TAMS (Teams development as a measure for sustainability). Он предполагает обучение через сотрудничество, терпимость к восприятию разных точек зрения, умение работать в команде и разрешать конфликты в процессе совместной работы. Использование этого метода в учебном процессе позволяет сформировать умение представлять и отстаивать собственное мнение, критически оценивать возможные варианты решения проблемы.

TAMS – метод используется для работы в небольших группах. В рамках его реализации особое внимание уделяется результату, который может быть

достигнут только в сочетании самостоятельной работы каждого члена группы и постоянного взаимодействия с другими членами этой же группы при работе над предложенной преподавателем темой, проблемой. Задача состоит в том, чтобы каждый участник команды смог эффективно применить полученные знания, сформировать нужные навыки и при этом, чтобы вся команда знала, чего достиг каждый.

По структуре и содержанию *TAMS* – метод является комплексным, при его использовании применяются следующие технологии:

- ✓ деловые и ролевые игры;
- ✓ элементы case – технологий и проектных методов;
- ✓ метода проблемного обучения;
- ✓ мозгового штурма.

Метод *-TAMS* предназначен для совершенствования навыков и получения опыта в следующих областях:

- выявление, отбор и решение проблем;
- работа с информацией;
- осмысление значения деталей, описанных в ситуации;
- анализ и синтез информации и аргументов;
- работа с предположениями и заключениями;
- оценка альтернатив;
- принятие решений;
- слушание и понимание других людей;
- навыки групповой работы.

Этот метод предназначен для отработки профессиональных умений и навыков, поэтому использовать его следует после изучения основного блока профессиональных предметов, поскольку при его реализации моделируются предметный и социальный аспекты содержания профессиональной деятельности. Основная цель метода – обучение специалистов межличностному общению и взаимодействию в условиях совместной профессиональной деятельности, при этом он в равной мере нацелен и на развитие предметно-технологической компетентности будущего специалиста. Сущность данного метода обучения заключается в следующем: на начальном этапе преподаватель делит учебную группу учащихся на небольшие подгруппы по 5–7 человек, затем каждый член этой подгруппы в течение 3–5 минут представляет себя, описывая свои личные качества, увлечения, опыт работы. После ознакомительной беседы преподаватель выдает конверт для каждой группы с конкретным заданием. Учащимся предлагается обсудить проблемы виртуальной компании, особенности бизнес-среды и выбрать подходящие для себя должности в данной компании. Каждый ученик должен выбрать две наиболее подходящие должностные позиции для себя на основе обсуждения представленных ими аргументов. Затем ученики выбирают лучшего кандидата на должность генерального директора в ходе голосования и назначают исполнителей на остальные должностные позиции. Группы формируются для решения какой-либо практически направленной задачи, сформулированной

преподавателем в задании. Реализация данного метода требует разработки заданий высокого уровня проблемности и предоставления малым группам полной самостоятельности в их деятельности.

Цель: провести мини-исследование, требующее творческого подхода, собрать эмпирический материал, провести статистическую обработку информации, аргументировать полученные результаты, оформить их в виде доклада, и пройти «процедуру защиты» основных положений и результатов работы перед специальным экспертным советом, состоящим из учителей и ученика, входящих в другие группы. Таким образом, учитель формулирует ученикам реальную проблемную ситуацию, а они самостоятельно ищут её решение.

TAMS – метод направлен на развитие креативных способностей, поиски формирование новых идей, а также их анализ и синтез. Он предполагает использование технологии проведения мозгового штурма, которая основывается на запрете любой критики на стадии генерации идей, когда основной акцент делается на количество идей, а не на их качество. После первой стадии, связанной с генерацией предложенных участниками идей, они должны быть сгруппированы, оценены, сформулированы для дальнейшего их изучения или отобраны в качестве возможных решений рассматриваемой проблемы.

TAMS – метод правомерно рассматривать как интерактивный метод обучения учащихся, так как он: является способом активного группового взаимодействия участников; обладает высоким развивающим эффектом (в профессиональной, коммуникативной, поведенческой и интеллектуальной сферах личности); активизирует личностные ресурсы и процессы саморазвития человека (повышение самооценки, приобретение уверенности, снижение агрессивности и т. д.) [11].

Важно, чтобы учащиеся в процессе обучения имели возможность выявить свои системы ценностей, опробовать новые стили поведения, иметь возможность участвовать в независимых исследованиях и развивать значимые виды компетентности в ходе этих исследований.

2. «Пирамида». Наиболее эффективным для реализации целей обучения предпринимателей нам представляется опыт программы «Пирамида», основанной на идеях немецких консалтинговых фирм (в частности, компании GORA – «Gesellschaft für Organisation, Planung und Ausbildung mbH – Consultants») и адаптированной к казахстанским условиям ведения бизнеса.

Важным моментом обучения является то, что оно должно быть основано на активных методах; традиционные технологии дают весьма низкую отдачу. В фокусе современных исследований – обучение предпринимателей, основанное на использовании игровых методов – «геймификации». Методологической основой геймификации является концепция деятельностного обучения, когда предприниматели учатся через свои действия, а компетентный тренер ограничивается лишь созданием учебных ситуаций и отработкой, коррекцией и дополнением извлеченного из этих ситуаций опыта. Данный вид обучения особенно эффективен, если учебный процесс построен на групповой работе.

Процесс деятельностного обучения всегда начинается с опыта (действия, которое совершается в смоделированной или реальной ситуации). В случае, если речь идет об обучении начинающих предпринимателей, разрабатываются учебные ситуации [12].

При обучении действующих предпринимателей целесообразно опираться на реальную ситуацию, сложившуюся в бизнесе. В этом случае *деятельный подход* к обучению превращается в «ActionLearning» (обучение действием). Следующий шаг – *визуализация* действий, реакций, результатов обучающихся. На этом этапе должно быть собрано как можно больше полезных данных, которые следует представить визуально, чтобы опираться на них в дальнейшем при обсуждении в группе.

Интерпретация – третий шаг, необходимый для формирования предпринимательской модели поведения участников. Здесь выявляется рациональное поведение и обсуждается неправильное.

Последний шаг – это *обобщение результатов* (генерализация), во время которого участникам задается вопрос, чему они научились в данной ситуации, что можно было бы сделать в подобных ситуациях. Полученные ответы формулируются в виде учебных тезисов. Программа обучения в данной технологии включает 4 этапа:

- 1) определение предпринимательского потенциала;
- 2) поиск деловой идеи;
- 3) разработка бизнес-плана;
- 4) презентация бизнес-плана.

В результате обучения предприниматели получают необходимые компетенции: навыки публичных деловых коммуникаций; способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности; способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия; способность разрабатывать бизнес-планы, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию. Концептуальная основа программы и возможности ее модификации с учетом меняющихся условий бизнеса позволит сформировать системный подход в обучении предпринимателей и увеличить число участников предпринимательской деятельности.

С точки зрения компетентностного подхода одной из целей применения инновационных педагогических технологий в процессе обучения является развитие личности обучающегося, его способности к саморазвитию, самоопределению и самообразованию, т. е. формирование ключевых компетенций.

В то же время, что особенности учащихся могут значительно различаться в зависимости от степени их подготовленности, наличия или отсутствия свободного времени, региона их проживания, проживания в городе или сельской местности.

Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) – метод активного проблемно-ситуационного анализа,

основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов).

Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

Непосредственная цель метода case-study – совместными усилиями группы обучаемых проанализировать ситуацию – case, возникающую при конкретном положении дел, и выработать практическое решение; окончание процесса – оценка предложенных алгоритмов и выбор лучшего в контексте поставленной проблемы [13].

В настоящее время сосуществуют две классические школы case-study – Гарвардская (американская) и Манчестерская (европейская). В рамках первой школы целью метода является обучение поиску единственно верного решения, вторая – предполагает многовариантность решения проблемы. Американские кейсы больше по объему (20-25 страниц текста, плюс 8-10 страниц иллюстраций), европейские кейсы в 1,5-2 раза короче.

Лидером по сбору и распространению кейсов является созданный в 1973 году по инициативе 22 высших учебных заведений The Case Clearing House of Great Britain and Ireland; с 1991 года он называется European Case Clearing House (ECSH). ECSH является некоммерческой организацией, которая связана с организациями, предоставляющими и использующими кейсы и расположенными в различных странах мира. В настоящее время в состав ECSH входит около 340 организаций, среди которых The Harvard Business School Publishing, Институт развития менеджмента (IMB) в Лозанне, в Швейцарии, INSEAD, в Фонтенбло во Франции, IESE в Барселоне в Испании, Лондонская бизнес-школа в Англии, а также Школа менеджмента в Кранфилде. У каждой из этих организаций своя коллекция кейсов, право на распространение которых имеет ECSH.

Сегодня метод case-study завоевал ведущие позиции в обучении, активно используется в зарубежной практике бизнес – образования и считается одним из самых эффективных способов обучения студентов навыкам решения типичных проблем. Так Гарвардская школа бизнеса выделяет почти 90% учебного времени на разбор конкретных кейсов, сохраняя приоритетное значение метода case-study в обучении бизнесу. Ситуационное обучение по гарвардской методике – это интенсивный тренинг обучаемых с использованием видеоматериалов, компьютерного и программного обеспечения. Среднестатистический студент Гарварда или любой другой бизнес-школы за время своего обучения «прорабатывает» сотни кейсов. Каждый год в Гарварде издаются сотни новых кейсов, методических пособий и дополнений к коллекции кейсов. Ставку на использование ситуационного обучения также делает один из известных университетов Северной Америки – Университет Западного Онтарио (Канада).

Метод case-study (или, как писали в двадцатые годы, «метод казусов») был известен преподавателям экономических дисциплин в нашей стране еще в 20-е годы прошлого столетия. В сентябре 1926 года состоялась конференция

преподавателей по экономическим дисциплинам в совпартшколах, на которой рассматривались вопросы применения различных методов и методик обучения, в том числе метод проектов или метод казусов. В период с октября 1924 г. по октябрь 1925 г. преподаватели совпартшкол ознакомились с методом казусов в одном из американских экономических журналах (Harvard Business Review) – органе Гарвардского университета.

Метод case-study, достоинства которого так хорошо понимали преподаватели экономических дисциплин, тем не менее, не применялся в СССР достаточно долго. Интерес к нему возник лишь в конце двадцатого столетия.

В последние годы в связи с курсом на модернизацию российского образования в системе высшей школы России происходит поиск новых эффективных методов обучения.

Проблема внедрения метода case-study в практику высшего профессионального образования в настоящее время является весьма актуальной, что обусловлено двумя тенденциями:

- первая вытекает из общей направленности развития образования, его ориентации не столько на получение конкретных знаний, сколько на формирование профессиональной компетентности, умений и навыков мыслительной деятельности, развитие способностей личности, среди которых особое внимание уделяется способности к обучению, смене парадигмы мышления, умению перерабатывать огромные массивы информации;

- вторая вытекает из развития требований к качеству специалиста, который, помимо удовлетворения требованиям первой тенденции, должен обладать также способностью оптимального поведения в различных ситуациях, отличаться системностью и эффективностью действий в условиях кризиса.

В настоящее время активные методы обучения, в том числе метод case-study, достаточно широко применяются при подготовке экономических кадров в ряде ведущих экономических вузов России. Использование метода case-study в обучении студентов экономических специальностей позволяет повысить познавательный интерес к изучаемым дисциплинам, улучшить понимание экономических законов, способствует развитию исследовательских, коммуникативных и творческих навыков принятия решений. Отличительной особенностью метода case-study является создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни.

Для того чтобы учебный процесс на основе case – технологий был эффективным, необходимы два условия: хороший кейс и определенная методика его использования в учебном процессе.

2.4. Проведение уроков на основе метода бизнес-кейсов

Бизнес-кейсы начали применяться в обучении в начале XX века на базе школы бизнеса Гарвардского университета (от англ. «case» - «портфель» или лат. «casus» - «сложный»). обучающиеся при этом рассматривали сложные ситуации, в которых оказывались реальные организации, и обдумывали

способы выхода из них. Практика показала, что в дальнейшем, оказавшись в аналогичной реальной ситуации, выпускники легко находили пути решения.

Суть метода состоит в том, что учащиеся получают задания (кейсы), не имеющие точного решения. Соответственно от них требуется либо выявить проблему и пути её решения, либо выработать варианты выхода из сложной ситуации, когда проблема обозначена.

Метод бизнес-кейсов – техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Центральным понятием метода учебных конкретных ситуаций является понятие «ситуация», т. е. набор переменных, когда выбор какого-либо из них решающим образом влияет на конечный результат [14].

Общая характеристика метода case-study

Case-studies – учебные конкретные ситуации специально разрабатываемые на основе фактического материала с целью последующего разбора на учебных занятиях. В ходе разбора ситуаций обучающиеся учатся действовать в «команде», проводить анализ и принимать управленческие решения.

Идеи метода case-study (метода ситуационного обучения) достаточно просты:

1. Метод предназначен для получения знаний по дисциплинам, истина в которых плюралистична, т.е. нет однозначного ответа на поставленный вопрос, а есть несколько ответов, которые могут соперничать по степени истинности; задача преподавания при этом сразу отклоняется от классической схемы и ориентирована на получение не единственной, а многих истин и ориентацию в их проблемном поле.

2. Акцент обучения переносится не на овладение готовым знанием, а на его выработку, на сотворчество студента и преподавателя; отсюда принципиальное отличие метода case-study от традиционных методик – демократия в процессе получения знания, когда студент по сути дела равноправен с другими учениками и учителям в процессе обсуждения проблемы.

3. Результатом применения метода являются не только знания, но и навыки профессиональной деятельности.

4. Технология метода заключается в следующем: по определенным правилам разрабатывается модель конкретной ситуации, произошедшей в реальной жизни, и отражается тот комплекс знаний и практических навыков, которые ученикам нужно получить; при этом учитель выступает в роли ведущего, генерирующего вопросы, фиксирующего ответы, поддерживающего дискуссию, т.е. в роли диспетчера процесса сотворчества.

5. Несомненным достоинством метода ситуационного анализа является не только получение знаний и формирование практических навыков, но и развитие системы ценностей учащегося, профессиональных позиций, жизненных

установок, своеобразного профессионального мироощущения и миропреобразования.

6. В методе case-study преодолевается классический дефект традиционного обучения, связанный с «сухостью», неэмоциональностью изложения материала – эмоций, творческой конкуренции и даже борьбы в этом методе так много что хорошо организованное обсуждение кейса напоминает театральные спектакль.

Метод case-study – инструмент, позволяющий применить теоретические знания к решению практических задач. Метод способствует развитию у учащегося самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументированно высказать свою. С помощью этого метода ученики имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Будучи интерактивным методом обучения, метод case-study завоевывает позитивное отношение со стороны учащегося, обеспечивая освоение теоретических положений и овладение практическим использованием материала; он воздействует на профессионализацию учащегося, способствует их взрослению, формирует интерес и позитивную мотивацию по отношению к учебе. Одновременно метод case-study выступает и как образ мышления преподавателя, его особая парадигма, позволяющая по-иному думать и действовать, обновлять свой творческий потенциал. Case – пример, взятый из реального бизнеса, представляет собой не просто правдивое описание событий, а единый информационный комплекс, позволяющий понять ситуацию.

Хороший кейс должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь соответствующий уровень трудности;
- иллюстрировать несколько аспектов экономической жизни;
- быть актуальным на сегодняшний день;
- иллюстрировать типичные ситуации;
- развивать аналитическое мышление;
- провоцировать дискуссию;
- иметь несколько решений.

Предполагается, что в бизнесе не существует однозначно правильных решений. Суть обучения методом case-study состоит в том, что каждый предлагает варианты, исходя из имеющихся у него знаний, практического опыта и интуиции. Например, для кого-то изменение семейного положения главы компании не является важной деталью, а другой ученик может, опираясь на свой опыт, посчитать этот факт исключительно важным.

У метода case-study есть свои признаки и технологические особенности, позволяющие отличить его от других методов обучения.

Признаки метода case-study:

- наличие модели социально-экономической системы,
- состояние которой рассматривается в некоторый дискретный момент

времени.

- коллективная выработка решений.
- много альтернативность решений; принципиальное
- отсутствие единственного решения.
- единая цель при выработке решений.
- наличие системы группового оценивания деятельности.
- наличие управляемого эмоционального напряжения

обучаемых.

Технологические особенности метода case-study:

1. Метод представляет собой специфическую разновидность исследовательской аналитической технологии, т.е. включает в себя операции исследовательского процесса, аналитические процедуры.

2. Метод case-study выступает как технология коллективного обучения, важнейшими составляющими которой выступают работа в группе (или подгруппах) и взаимный обмен информацией.

3. Метод case-study в обучении можно рассматривать как синергетическую технологию, суть которой заключается в подготовке процедур погружения группы в ситуацию, формировании эффектов умножения знания, инсайтного озарения, обмена открытиями и т.п.

4. Метод case-study интегрирует в себе технологии развивающего обучения, включая процедуры индивидуального, группового и коллективного развития, формирования многообразных личностных качеств обучаемых.

5. Метод case-study выступает как специфическая разновидность проектной технологии. В обычной обучающей проектной технологии идет процесс разрешения имеющейся проблемы посредством совместной деятельности учащегося, тогда как в методе case-study идет формирование проблемы и путей её решения на основании кейса, который выступает одновременно в виде технического задания и источника информации для осознания вариантов эффективных действий.

6. Метод case-study концентрирует в себе значительные достижения технологии «создания успеха». В нем предусматривается деятельность по активизации учащегося, стимулирование их успеха, подчеркивание достижений обучаемых. Именно достижение успеха выступает одной из главных движущих сил метода, формирования устойчивой позитивной мотивации, наращивание познавательной активности.

Основная функция метода case-study – научить учеников решать сложные неструктурированные проблемы, которые не возможно решить аналитическим способом. Кейс активизирует учеников, развивает аналитические и коммуникативные способности, оставляя обучаемых один на один с реальными ситуациями. Использование метода case-study имеет явные преимущества перед простым изложением материала, широко используемым в предмете «Основы предпринимательства и бизнеса» Однако не стоит полагать, что кейсы могут заменить теорию. По мнению преподавателя Американского института бизнеса и экономики (AIBEc) в Москве Питера Эксмана нельзя тратить все свое время

только на разбор конкретных примеров, потому что это формирует стереотипный, предвзятый подход к решению сходных проблем, и ученик будет не в состоянии подняться на более высокий уровень обобщения.

Кейсы показывают, как на практике применяются вопросы предпринимательства; ценность таких упражнений, если они не имеют теоретической «начинки», невелика. Кейсы отличаются от задач, используемых при проведении занятий, поскольку цели использования задач и кейсов в обучении различны. Задачи обеспечивают материал, дающий студентам возможность изучения и применения отдельных теорий, методов, принципов. Обучение с помощью кейсов помогает ученикам приобрести широкий набор разнообразных навыков. Задачи имеют, как правило, одно решение и один путь, приводящий к этому решению. Кейсы имеют много решений и множество альтернативных путей, приводящих к нему. Метод case-study относят к одному из «продвинутых» активных методов обучения.

К преимуществам метода case-study можно отнести:

- использование принципов проблемного обучения – получение навыков решения реальных проблем, возможность работы группы на едином проблемном поле, при этом процесс изучения, по сути, имитирует механизм принятия решения в жизни, он более адекватен жизненной ситуации, чем заучивание терминов с последующим пересказом, поскольку требует не только знания и понимания терминов, но и умения оперировать ими, выстраивая логические схемы решения проблемы, аргументировать свое мнение;

- получение навыков работы в команде (Team Job Skills);
- выработка навыков простейших обобщений;
- получение навыков презентации;
- получение навыков пресс-конференции, умения формулировать вопрос, аргументировать ответ.

Источники кейсов.

Кейс представляет собой результат научно-методической деятельности преподавателя. Как интеллектуальный продукт он имеет свои источники, которые можно представить следующим образом:

- общественная жизнь во всем своем многообразии выступает источником сюжета, проблемы и фактологической базы кейса;

- образование – определяет цели и задачи обучения и воспитания, интегрированные в метод case-study;

- наука – третий источник кейса, как отражательного комплекса; она задает ключевые методологии, которые определяются аналитической деятельностью и системным подходом, а также множество других научных методов, которые интегрированы в кейс и процесс его анализа. Соотношение основных источников кейса может быть различным. Данный подход положен в основу классификации кейсов по степени воздействия их основных источников. При этом можно выделить:

- практические кейсы, которые отражают абсолютно реальные жизненные ситуации;

- обучающие кейсы, основной задачей которых выступает обучение;
- научно-исследовательские кейсы, ориентированные на осуществление исследовательской деятельности.

Выделенные выше источники кейсов являются базовыми, или первичными, поскольку они определяют наиболее значимые факторы воздействия на кейсы. Вместе с тем можно выделить и вторичные источники формирования кейсов, которые носят производный характер от описанных выше базовых источников:

1. Художественная и публицистическая литература, которая может подсказывать идеи, а в ряде случаев определять сюжетную канву кейсов по гуманитарным предметам. Фрагменты из публицистики, включение в кейс оперативной информации из СМИ значительно актуализирует кейс, повышает к нему интерес со стороны обучаемых. Применение художественной литературы и публицистики придает кейсу культурологическую функцию, стимулирует нравственное развитие личности обучающегося.

2. Использование «местного» материала, как источника формирования кейсов. По мнению многих исследователей наиболее насыщенное и интересное обсуждение кейсов о деятельности разных компаний происходит тогда, когда компания и её продукция имеют определенное личное значение для учеников. Кейсы о компаниях «ASU», «Samsung», «Pillows.kz», «Fly Arystan» и многих других обсуждаются с большим интересом, если среди школьников есть знающие эти компании школьники. Кейс о компании «Самсунг» идет лучше всего тогда, когда в классе есть ученики, которые дома имеют товары, выработанные этой фирмой. Имеется в виду, что кейсы, по возможности, должны освещать опыт тех компаний и те товары или услуги, которые присутствуют в том или ином виде на национальном рынке.

При разборе отечественных примеров кейсов учащиеся чувствуют себя увереннее, если они хорошо знают среду и контекст, в котором происходят события, описанные в кейсах, им значительно тяжелее обсуждать американскую среду, поведение и мотивы действия американских или других иностранных потребителей. Преподаватель тоже чувствует себя увереннее, дирижируя обсуждением кейса, который базируется на местном материале или местном предпринимателе, - поскольку он лучше знает и область, и само предприятие. При обсуждении таких кейсов существует уникальная возможность пригласить местного предпринимателя или представителя предприятия. Например, при разборе кейса «Rocket Study» ученикам г.Нур-Султан приходил сам Арслан Даримов, главный герой кейса и основатель сети школ английского языка «Rocket Study».

3. Научность и строгость кейсу придают статистические материалы, сведения о состоянии рынка, социально-экономические характеристики предприятия и т.п.; при этом данные материалы могут играть роль непосредственного инструмента для диагностики ситуации, а могут выступать в качестве материала для расчета показателей, которые наиболее существенны

для понимания ситуации. Статистические материалы размещают либо в самом тексте кейса, либо в приложении.

4. Добротные материалы к кейсу можно получить посредством анализа научных статей, монографий и научных отчетов, посвященных той или иной проблеме. Использование научной литературы при разработке кейса придает ему большую строгость и корректность. Научная статья обычно характеризуется углубленным рассмотрением какого – либо вопроса; научная монография дает системную, всестороннюю характеристику предмета исследования; особенностью научного отчета является актуальность и новизна материала.

Научные публикации могут выполнять в методе case-study две функции: первая заключается в том, что научные публикации и их фрагменты могут выступить составляющими кейсов посредством включения их в текст, а вторая – в том, что они могут быть включены в список литературы, необходимой для понимания кейса.

5. Неисчерпаемым источником материала для кейсов является Интернет с его ресурсами. Этот источник отличается значительной масштабностью, гибкостью и оперативностью.

Структура кейса и принципы его построения

Целесообразно выделение следующих основных этапов создания кейсов:

1. Формирование дидактических целей кейса. Этот этап включает определение места кейса в структуре учебной дисциплины, определение того раздела предмета, которому посвящена данная ситуация; формулирование целей и задач; выявление «зоны ответственности» за знания, умения и навыки учащихся.

2. Определение проблемной ситуации.

3. Построение программной карты кейса, состоящей из основных тезисов, которые необходимо воплотить в тексте.

4. Поиск институциональной системы (фирма, организация, ведомство и т.д.), которая имеет непосредственное отношение к тезисам программной карты.

5. Сбор информации в институциональной системе относительно тезисов программной карты кейса.

6. Построение или выбор модели ситуации, которая отражает деятельность школ проверка её соответствия реальности.

7. Выбор жанра кейса.

8. Написание текста кейса.

9. Диагностика правильности и эффективности кейса; проведение методического учебного эксперимента, построенного по той или иной схеме, для выяснения эффективности данного кейса.

10. Подготовка окончательного варианта кейса.

11. Внедрение кейса в практику обучения, его применение при проведении учебных занятий, а также его публикацию с целью распространения в преподавательском сообществе; в том случае, если

информация содержит данные по конкретной фирме, необходимо получить разрешение на публикацию.

12. Подготовка методических рекомендаций по использованию кейса: разработка задания для учеников и возможных вопросов для ведения дискуссии и презентации кейса, описание предполагаемых действий учащихся и учителя в момент обсуждения кейса.

Кейс должен:

- быть написан интересно, простым и доходчивым языком (целесообразно, при необходимости, приводить высказывания сотрудников – представителей фирмы);

- отличаться «драматизмом» и проблемностью;

- выразительно определять «сердцевину» проблемы;

- показывать как положительные примеры, так и отрицательные;

- соответствовать потребностям выбранного контингента обучающихся, содержать необходимое и достаточное количество информации.

Определение и квалификация проблемы занимает исключительно важное место в процессе конструирования модели ситуации. Вместе с тем текст кейса не должен подсказывать ни одного решения относительно поставленной проблемы.

Решение кейсов рекомендуется проводить в 5 этапов:

Первый этап – знакомство с ситуацией, её особенностями.

Второй этап – выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – предложение концепций или тем для «мозгового штурма».

Четвертый этап – анализ последствий принятия того или иного решения.

Пятый этап – решение кейса – предложение одного или нескольких вариантов (последовательности действий), указание на возможное возникновение проблем, механизмы их предотвращения и решения.

С бизнес кейсами можно работать по-разному.

1-й вариант: учащийся должен сам отыскать нужную информацию для принятия решения по обозначенной проблеме.

2-й вариант: учащийся получает кейс с подробным описанием ситуации и вопросы, которые позволяют найти решение.

3-й вариант: учащемуся предлагается текст с подробным описанием возникшей ситуации и уже реализованные шаги для анализа и определения их целесообразности.

При этом метод бизнес кейсов решает ряд обучающих задач:

- овладение учащимися навыками применения имеющихся знаний к конкретной ситуации для решения проблем, имеющих практическое значение. То есть на учеников не давит груз представлений о необходимости вести работу по строго запланированной схеме с осознанием конечного результата, к которому необходимо привести свою работу;

- развитие у учащихся навыка критического анализа информации и

приёмов использования разнообразных, подчас противоречащих друг другу сведений, для решения ставящихся жизнью задач;

- развитие у учащихся умения воспринимать мнение других людей и умения работать в команде;
- развитие у учащихся умения самостоятельно принимать оригинальные нестандартные решения.

При работе с бизнес кейсами вы должны помнить, что правильного решения здесь нет. Даже если в учебнике рассказываются дальнейшие шаги, осуществлённые тем или иным предпринимателем, это лишь одно из возможных решений. Ваши ученики могут придумать своё оригинальное решение, которое превзойдёт реальное. Таким образом, управляя процессом на уроке, вы должны стимулировать учеников не найти то единственное решение, которое указано в учебнике, а предлагать как можно больше своих вариантов и уметь аргументировать их целесообразность.

При этом при оценке деятельности учеников на уроке показателем успешной работы будет не нахождение правильного ответа, а креативность подхода, умение работать в команде, умение пользоваться и обрабатывать имеющуюся и новую информацию, умение критически мыслить и смотреть широко на ситуацию.

Бизнес-кейс «Илон маск»

Цели урока

- на практике познакомиться с ресурсами и факторами, необходимыми для производства товаров и услуг;
- понять разницу между ресурсами и факторами, необходимыми для производства товаров и услуг.

При разборе бизнес-кейсов ваша задача — организовать его желательно в формате малых групп по 5 человек для обсуждения и взаимодействия. Попросите, чтобы решения проблем кейса были необычными, нетривиальными. В этом задании допускается вариативность решений и нелинейность хода урока. Возможно, у учеников будут противоположные точки зрения, которые можно будет использовать для организации дебатов. Вам важно продемонстрировать собственную безоценочность в отношении их мнений, при которой вы допускаете различные точки зрения и при этом благодарите учеников за то, что они их высказали.

Смысл деятельности – в формировании у учеников собственного отношения к проблеме с учётом всей полученной информации.

Задание 1

Подумайте, какими ресурсами обладал Илон Маск на момент запуска Zip2. Как он их мог трансформировать в факторы производства?

На момент запуска Zip2 у Илона Маска были финансовые ресурсы — капитал, полученный от отца, который поверил в идею сына. Кроме того, он

обладал трудовыми и информационными ресурсами – своими и своего брата. Именно они, в конечном счёте, привели к успешности его проекта, который не только стал прибыльным, но и перевернул представление о целой индустрии. Илону удалось придумать абсолютно новый продукт, создать его своими силами, воодушевить команду единомышленников, убедить пользователей воспользоваться чем-то, чего до этого просто не существовало, привлечь к использованию продукта ключевых игроков рынка – The New York Times и Pulitzer Publishing. Всё это должно убедить школьников в том, что при наличии своих собственных трудовых и информационных ресурсов (знаний, умений и навыков) они могут добиться очень многого – в том числе привлечь необходимое финансирование.

Задание 2

Подумайте, какие ресурсы и факторы производства были задействованы в стартапе X.com (PayPal), и почему он в итоге оказался успешным.

В данном случае ключевым фактором производства стали предпринимательские способности Илона Маска. А именно умение смотреть в будущее, чтобы спрогнозировать, какие продукты и сервисы будут востребованы людьми в скором времени. Умение рисковать – ведь у Илона не было гарантий, что пользователи доверятся его сервису и начнут использовать электронные системы для перевода своих денег. Умение нестандартно и креативно мыслить, совместив такие понятия, как «почта» и «денежные переводы». Расширьте список предпринимательских способностей Илона Маска в результате обсуждения с классом. Все возникающие у учеников идеи вы можете для наглядности выписывать на доске.

Задание 3

Расширьте список факторов производства, задействованных в SpaceX.

Вы можете обсудить с учениками все факторы производства, которые были необходимы для нового стартапа Илона Маска. Земля: то есть площадь для строительства офиса, завода и космодрома. Капитал: финансовые средства, оборудование, помещения, программное обеспечение и т. д. Труд: большой штат работников, задействованных в компании: инженеры, программисты, учёные, дизайнеры, проектировщики, аналитики и т. д. Предпринимательские способности: ещё раз обсудите, какие черты характера и компетенции продемонстрировал Илон Маск в своём стартапе Space X. Информация: обширные знания в области программирования, инженерии, космических полётов и т. д.

Задание 4

Подумайте, какие ресурсы и факторы необходимы для производства электромобилей.

Перечисляя факторы и ресурсы производства, обратите внимание на то, что Илон Маск каждый раз пересматривает этот список для своих стартапов, меняя их бизнес-схему. Для каждого нового бизнеса Илону приходится заново изобретать технологию производства, так как до него этим никто не занимался,

а значит, не просто придумывать, как будет выглядеть автомобиль, а начинать с изобретения новых станков для его производства, новых технологий расходования энергии и т. д. Кроме того, обратите внимание учеников на то, что Илон Маск активно расширяет список ресурсов за счёт нестандартных источников электроэнергии – электричества как топлива для автомобилей, солнечных батарей и т. д. То есть он не ограничивается стандартным списком ресурсов и не воспринимает его как данность, а постоянно дополняет его новыми идеями.

Задание 5

Чему вас научил бизнес-кейс Илона Маска? Какие выводы о ресурсах и факторах производства вы можете теперь сделать?

Дайте возможность ученикам выразить своё мнение об Илоне Маске. Кейс должен вдохновить их на поиск новых нестандартных подходов к поиску ресурсов и трансформации их в факторы производства. История простого мальчика из Африки, добившегося невероятных высот на мировой бизнес-арене, демонстрирует, что в основе любого успешного бизнеса лежит, прежде всего, предпринимательское мышление его основателя, и лишь потом финансовые или материальные ресурсы.

Бизнес-кейс «Yuframe»

Цель урока: отследить взаимосвязь между спросом и предложением.

При разборе бизнес-кейса ваша задача – организовать его желательно в формате малых групп по 5 человек для обсуждения и взаимодействия. Попросите, чтобы решения проблем кейса были необычными, нетривиальными. В этом задании допускается вариативность решений и нелинейность хода урока. Возможно, у учеников будут противоположные точки зрения, которые можно будет использовать для организации дебатов. Вам важно продемонстрировать собственную безоценочность в отношении их мнений, при которой вы допускаете различные точки зрения и при этом благодарите учеников за то, что они их высказали. Смысл деятельности – в формировании у учеников собственного отношения к проблеме с учётом всей полученной информации.

Задание 1

Подумайте, какой запрос зрителя/потребителя удовлетворяют вайнеры? В чём значимость их продукта (вайнов) для потребителя?

Вы едете в школу на автобусе, дорога привычная и поэтому скучная — делать вам особо нечего. Самое время посмотреть что-нибудь короткое и интересное. Итак, для того чтобы такое направление, как вайны, могло появиться, нужны были смартфон и быстрый Интернет на нём. Как только это стало реальностью, у людей появился спрос на короткие и интересные ролики, чтобы скоротать время. Именно этот спрос и смогли удовлетворить вайны.

Задание 2

Подумайте, почему вайнеры – молодые люди до 25 лет? Обусловлен ли он спецификой бизнеса?

Съёмка качественного и интересного вайна (а другой не понравится аудитории и не попадёт в цель) занимает около 12 часов от написания сценария до его появления в социальных сетях с хэштегами: у взрослых людей уже нет такого количества свободного времени, плюс взрослые люди менее склонны к такому творчеству и не являются такими активными пользователями соц. сетей (основных каналов распространения вайнов).

Задание 3

Почему основной целевой аудиторией вайнеров являются старшеклассники и студенты? Какие особенности такого формата, как вайн, привлекают именно такую целевую аудиторию?

У детей смартфонов, как правило, нет, кроме того, им ещё непонятен такой юмор. Вайны рассказывают о бытовых ситуациях из жизни молодых людей на понятном им языке, затрагивают волнующие их темы, копируют знакомые им фильмы, песни и т. д.

Задание 4

Почему совместный проект с Эльданой Сатыбалдиевой стал прорывом для Yuframe? Какие законы современных соц. сетей делают такое влияние возможным?

У Эльданы уже была своя значительная аудитория зрителей, вайн с Yuframe привлёк внимание её пользователей, они начали просматривать аккаунт Yuframe, лайкать его, и популярность ребят начала быстро расти.

Задание 5

Почему рекламодатели обратили внимание на Yuframe? Каковы плюсы от рекламы в соц. сетях? Каким предпринимателям/компаниям это может быть интересно?

Представьте, что ваша целевая аудитория – студенты и старшеклассники. Где вы можете найти их наибольшее скопление? Очевидно, что в Интернете. Там аудитория исчисляется миллионами. Всё, что вам остаётся – найти подходящий канал в соц. сетях, где проводит время молодёжь, и договориться с его владельцами о рекламе. Именно так рассуждали компании, которые стали обращаться с коммерческим предложением к Yuframe. Если же посмотреть глубже, станет понятно, что современные студенты и школьники через 5 лет станут платёжеспособным работающим населением, если они обратят внимание на какой-то сервис или услугу сейчас, они станут их пользователями в будущем.

Задание 6

Почему компаниям может быть интересен формат «product placement»? Почему они готовы платить деньги за то, чтобы их продукт появился в кадре?

Как мы уже говорили, у аккаунта Yuframe в Instagram 2,9 млн подписчиков, которые с нетерпением ждут появления каждого нового вайна. Для них Арман, Адина, Карина и Расул – любимые герои и примеры для

подражания. Если они пользуются определёнными духами, ходят в определённые рестораны, носят одежду определённой фирмы, все эти предметы сразу становятся желанными, и чтобы походить на Yuframe, зрители начнут покупать аналогичную продукцию.

Задание 7

Почему рекламодателям может быть интересна реклама на личных аккаунтах ребят из Yuframe?

Если реклама, даже скрытая в виде: «Сходили сегодня в ресторан X, отлично провели время. Сервис и еда – на высшем уровне», появляется в аккаунтах ребят, срабатывает та же схема, что и с product placement. У каждого из них подписчиков не так много, как у основного аккаунта Yuframe (у Армана – 518 000, у Адины – 576 500, у Карины – 962 400), но суммарно они охватывают значительную аудиторию.

Задание 8

Почему реклама, в которой сюжет вайна базируется вокруг одного бренда, может быть интересна рекламодателю?

При общей логике с product placement, у такой рекламы есть свои отличия. Она не скрытая, а явная. Здесь уже у зрителей шансов не заметить рекламируемый продукт нет. Кроме того, она отсылает напрямую на аккаунт самой компании. Заинтересовавшись продуктом, пользователь может сразу перейти на сайт компании и познакомиться с ассортиментом подробнее. В противном случае есть риск, что он отложит знакомство с продуктом, а потом и вовсе забудет про него. Геолокация помогает пользователю сразу найти, где находится магазин этой компании, чтобы при случае зайти туда и посмотреть на продукцию вживую.

Задание 9

Подумайте, какие функции должен выполнять каждый участник команды вайнеров. Предположите, как эти функции распределяются между членами команды Yuframe.

У каждого проекта должен быть идейный вдохновитель. Как показывает мировой опыт, без единого руководителя компании быстро разваливаются. В Yuframe эту функцию выполняет Арман – именно он принимает окончательное решение, быть данному вайну, или нет. Он же занимается монтажом — компонуется дубли между собой, накладывает на них музыку и т. д. В команде вайнеров должна быть привлекательная девушка – без этого образа многие вайны были бы невозможны. Основная соль вайнов – юмор. В команде должен быть человек, отвечающий за креативные идеи и шутки. Кроме того, должен быть менеджер, отвечающий за связь с рекламодателями и финансовые вопросы.

Задание 10

Как, по вашему мнению, работает реклама, основанная на количестве просмотров? Возможна ли она в Instagram?

Youtube фиксирует количество просмотров каждого ролика, значит, рекламодатель может точно посчитать, сколько людей посмотрят его. Кроме

того, в Youtube есть всплывающая реклама, появляющаяся во время просмотра ролика. Пользователь может отключить её, но краем глаза он всё равно увидит продукт и обратит на неё внимание. Всех этих функций нет в Instagram.

Задание 11

Подумайте, почему команда Yuframe решила назвать свой новый бизнес - сеть бургерных – так же, как свой проект.

Со временем слово «Yuframe» стало не просто именем проекта, а самостоятельным брендом. Так как данный бренд уже является раскрытым, и у него есть поклонники, назвав сеть бургерных так же, команда Yuframe избежала дополнительных затрат на рекламу своих заведений – их название рекламирует само себя.

Задание 12

Почему, решив открыть ресторан, Yuframe выбрали именно формат бургерных? Как вы можете связать этот выбор с целевой аудиторией проекта?

Как мы говорили, целевая аудитория проекта – молодые люди и студенты. Как правило, они не располагают большими средствами, так как ещё не работают в полную силу из-за учёбы. Поэтому они не могут позволить себе посещать дорогие рестораны или кафе. Бургерная – популярный среди молодёжи формат ресторана, где можно недорого перекусить на ходу между занятиями.

Бизнес-кейс «Экстремальная атлетика»

Цели урока:

- научиться различать виды предпринимательской деятельности;
- научиться понимать роль малого и среднего бизнеса в экономике страны;
- научиться различать организационно-правовые формы предпринимательства.

При разборе бизнес-кейсов ваша задача – организовать его желательно в формате малых групп по 5 человек для обсуждения и взаимодействия. Попросите, чтобы решения проблем кейса были необычными, нетривиальными. В этом задании допускается вариативность решений и нелинейность хода урока. Возможно, у учеников будут противоположные точки зрения, которые можно будет использовать для организации дебатов. Вам важно продемонстрировать собственную безоценочность в отношении их мнений, при которой вы допускаете различные точки зрения и при этом благодарите учеников за то, что они их высказали. Смысл деятельности – в формировании у учеников собственного отношения к проблеме с учётом всей полученной информации.

Задание 1

Подумайте и приведите пример такого предпринимательства – молодёжного или креативного – когда бизнес вырос из увлечения или хобби будущего предпринимателя.

Вы также можете спросить, какое их хобби может потенциально перерасти в бизнес. Или попросить нескольких учеников озвучить их хобби и провести мозговой штурм со всем классом, проанализировав шаги, которые могут трансформировать названные хобби в бизнес.

Задание 2

Подумайте и назовите несколько причин, почему Василий Кочетков, Вадим Винокуров и Тимур Артюхин решили отказаться от идеи просто заниматься экстремальным спортом самостоятельно и основали ООО «Экстремальная атлетика». Какие плюсы и минусы вы в этом видите?

Все плюсы и минусы открытия собственного дела будут обсуждаться далее в уроке. На данном этапе ученики должны высказать свои предположения. Вы можете записать их на доске, чтобы потом сверить со списком, предложенным в учебнике.

Задание 3

Подумайте, за счёт чего происходит монетизация проекта «Экстремальная атлетика» и на что распределяются полученные средства.

Монетизация проекта также будет обсуждаться далее. Вы можете повторить действия, указанные в ответе на задание 2, поощрив учеников придумать собственные варианты получения прибыли. Все их ответы вы можете написать на доску, чтобы сравнить с вариантами, указанными в учебнике. Возможно, ученики придумают интересные и оригинальные идеи, не указанные далее.

Задание 4

Суммируйте все плюсы ведения бизнес-деятельности в рамках одной из организационно-правых форм. Используйте в качестве примера любой другой молодёжный, креативный или другой бизнес. Сгруппируйте эти плюсы в трёх категориях: 1) плюсы для бизнеса; 2) для государства и экономики; 3) для общества.

Задание подразумевает креативный подход. При ответе на задание вы можете опираться на теоретический материал, касающийся различных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Если ученики не могут назвать другой бизнес самостоятельно, помогите им, назвав его.

Например, услуги парикмахера.

1) *Плюсы для бизнеса:* возможность открыть салон, использовать труд наёмных работников, привлекать больше клиентов по сравнению с работой парикмахера-фрилансера, участвовать в соревнованиях, организовывать курсы на базе салона и т.д.

2) *Плюсы для государства и экономики:* получение налогов, развитие конкуренции с другими салонами, решение вопроса безработицы за счёт найма сотрудников, работа с поставщиками и т.д.

3) *Плюсы для общества*: лучший сервис за счёт конкуренции, возможность выбрать между разными салонами, большой спектр услуг и т.д.

Бизнес-кейс «Давай сходим!»

Цели урока:

- Научиться различать стартап и действующий бизнес;
- Научиться определять характеристики стартапа и разбираться в операционной деятельности стартапов.

При разборе бизнес-кейсов ваша задача – организовать его желательно в формате малых групп по 5 человек для обсуждения и взаимодействия. Попросите, чтобы решения проблем кейса были необычными, нетривиальными. В этом задании допускается вариативность решений и нелинейность хода урока. Возможно, у учеников будут противоположные точки зрения, которые можно будет использовать для организации дебатов. Вам важно продемонстрировать вашу собственную безоценочность в отношении их мнений, при которой вы допускаете различные точки зрения и при этом благодарите учеников за то, что они их высказали. Смысл деятельности – в формировании у учеников собственного отношения к проблеме с учетом всей полученной информации.

Задание 1

Почему уже на этой стадии проект Бакдаулета Исаева можно назвать стартапом? Какие особенности стартапов вы можете в нем выделить?

Проект Бакдаулета Исаева соответствует определению стартапа: «организация, создающая, новый продукт или услугу в условиях высокой неопределенности». Так как подобной площадки, генерирующей информацию о предстоящих в городе событиях, не было, продукт Бакдаулета был новым, и он не знал, станет ли он популярным у пользователей. Кроме того, стартап отталкивается от проблемы клиента, для которой он ищет решение. Именно этим и занимался Бакдаулет – искал решение проблемы отсутствия публика, где можно было бы познакомиться с анонсом городских мероприятий.

Задание 2

Подумайте, чем отличаются механизмы монетизации (получения прибыли) для стартапа и компании? Проиллюстрируйте свой вывод на примере «Давай сходим!».

Компания четко знает, на чем она будет зарабатывать – производстве, продаже услуг и т. д. Стартап еще не уверен в том, что его продукт вообще можно будет продать, стартапер работает первое время бесплатно, лишь нащупывая варианты будущей монетизации. Бакдаулет начинал свой проект бесплатно, вкладывая свои ресурсы в его развитие. И лишь потом, когда стартап оказался успешным, начал получать прибыль.

Задание 3

Подумайте, как «Давай сходим!» мог бы развиваться на данной стадии.

Задание предполагает креативный подход. Стимулируйте учеников высказывать различные предложения и записывайте их на доске. В том числе, вы можете поделить класс на команды и организовать соревнование, поставив каждой команде задачу придумать как можно больше вариантов развития «Давай сходим!».

Задание 4

Подумайте, какие навыки пришлось развить Бакдаулету для того, чтобы его стартап стал успешным. Почему?

Также стоит отдельно подчеркнуть, что стартапер на первых этапах развития проекта должен быть готов выполнять различные функции самостоятельно. Так, Бакдаулет в своем стартапе выполнял функции управленца, контент-менеджера, SMM-менеджера, менеджера по рекламе, бухгалтера, секретаря и т. д.

Задание 5

Предложите свои варианты масштабирования «Давай сходим!» на данной стадии развития.

Задание 6

Подумайте, какие еще а) каналы распространения стартапа подошли бы для «Давай сходим!» на данной стадии; б) как еще можно было бы улучшить взаимодействие с клиентами; и в) каких новых ключевых партнеров можно было привлечь.

При выполнении заданий 5 и 6 вы также можете выписывать все варианты, предложенные учениками, на доске, чтобы затем сравнить их с вариантами из учебника. Возможно, ваши ученики предложат оригинальные идеи, которые не были названы в учебнике.

Задание 7

Суммируйте, какие особенности бизнес-модели стартапов помогли «Давай сходим!» превратиться в полноценную и успешную компанию.

Для того чтобы ответить на данный вопрос, полезно будет заранее нарисовать на доске или флипчарте следующую таблицу.

Таблица 1

Показатель	«Давай сходим!»
1. Ценностное предложение	
2. Сегменты потребителей	
3. Каналы распространения	
4. Взаимодействие с клиентами	
5. Источники прибыли	
6. Ключевые ресурсы	
7. Ключевые партнеры	
8. Ключевая деятельность	
9. Структура стоимости	

Когда таблица будет готова, попросите учеников сделать обобщающий вывод о том, почему стартапу «Давай сходим!» удалось стать прибыльным и успешным.

Кейс «Как заработать на контроле детей?»

Ниша

Может показаться, что рынок приложений для детской безопасности очень большой. Действительно, он активно развивается примерно с 2015 года, но многие продукты сырые и ограниченные по функционалу, а пользователям хочется многообразия.

Талгат и Асат приехали в Нур-Султан из Костанайской области – решили попробовать силы в бизнесе в 2016 году. К тому времени Талгат Аяпов, выпускник Аграрного университета по специальности «Учёт и аудит», работал в строительной компании, а финансист Ашаманов – в банковской сфере. Первый проект был связан с аграрным сектором: товарищи открыли гусиную ферму в 200 км от столицы. Спустя год вышли в ноль, но сочли за лучшее продать ферму: совмещать бизнес в сельской местности с основной работой в столице оказалось непросто.

Более успешными оказались продажи детских GPS-часов. Талгат, Асат и их бизнес-партнёр Бауыржан Кочербаяев нашли производителя в Китае, заключили договоры на поставку с торговыми сетями и взяли в команду специалиста в области GPS-технологий Илью Юрасова. Он разработал приложение «Сириус», которое понравилось казахстанским родителям больше, чем изначально установленное китайское. Но вскоре молодые люди поняли, что упёрлись в потолок: из-за ограниченных размеров отечественного рынка больших перспектив роста в Казахстане не было, а выводить таким товаром на зарубежные рынки не имело смысла.

Идея

Бизнесмены поняли, что родителям важно знать, где находятся их дети. Будучи сами молодыми отцами, они понимали это беспокойство и хотели создать по-настоящему качественный продукт для детей и родителей. Решение разработать мобильное приложение показалось логичным: смартфоны сейчас есть практически у каждого школьника. В отличие от тех же GPS-часов такой продукт легче масштабировать, да и оплата ежемесячной подписки для семейного бюджета менее накладна, чем покупка гаджета.

Финансирование проекта

Друзья приступили к реализации проекта в ноябре 2018 года, покинув корпоративный сектор. В стартап инвестировали 12 млн тенге собственных средств, заработанных на продаже GPS-часов. В июле 2019 проект получил грант акимата Нур-Султана в размере 3 млн тенге. Kid Security прошёл в третью волну акселерации программы StartUp Kazakhstan и получил финансирование – \$20 тыс. от GVA Fund. В октябре 2019 Kid Security выиграл конкурс Astana Hub Battle и призовые в размере \$15 000.

«Фишки» проекта

Разработчикам нужно было найти «фишку», которая вызовет интерес у ребенка.

Приложения детской безопасности оснащены примерно одинаковыми функциями: родители могут видеть передвижение ребенка, можно подать громкий сигнал, если после уроков школьник забыл отключить беззвучный режим, есть тревожная кнопка. При том что современным детям зачастую не хватает внимания со стороны взрослых, они не любят, когда за ними следят и в 90 % случаев удаляют контролирующие приложения. Друзья пригласили в свой проект психолога, показатель отказов от Kid Security стал ниже.

Завоевывать симпатии юных пользователей решили через элементы поощрения и геймификации. Самым маленьким, ученикам 1–2-х классов, приложение предлагает ухаживать за виртуальным питомцем, который «растёт» вместе с полученной от родителей здесь же, в приложении, похвалой за успехи в учебе или помощь по дому. Для детей постарше придумали систему виртуальных монеток, которые можно поменять на подарки. Ребенок может отчитаться об успехах и получить одобрение родителей. Разработчики Kid Security проводили эксперимент в одной из столичных школ, и 98 % учеников идея пришлась по душе.

Особенности целевой аудитории

Непросто оказалось понять, реализацию каких задач в приложении хотели бы видеть родители. Целевая аудитория Kid Security – мамы, а они непостоянны в своих пожеланиях или боятся обидеть и не говорят напрямую, что конкретно их не устраивает. Поэтому стартаперы включали ту или иную функцию в разработку, когда видели, что схожие пожелания выразило достаточно большое количество пользователей, и понимали, что «фишка» будет востребована не один день.

Функции приложения

Через приложение взрослые могут в режиме онлайн по карте отслеживать местоположение ребенка, слышать происходящее в его окружении, следить, сколько времени он посвящает гаджетам и какими приложениями пользуется. Если после уроков школьник забыл отключить беззвучный режим, сигнал напомнит ему об этом – приложение умеет дистанционно включать динамик. Если на устройстве ребёнка садится батарея, родители получают уведомление и смогут напомнить, что пора зарядить смартфон. Впрочем, специальный алгоритм бережет заряд. В экстренной ситуации взрослые получают уведомление о нажатии кнопки SOS. Kid Security сообщит, если ребёнок остался без связи, также укажет на карте район, в котором находился ребенок перед тем, как пропал сигнал.

Стоимость услуг

Самые важные функции – чат с ребенком, «тревожная кнопка» и отслеживание местоположения, анимация и система поощрений доступны в бесплатном режиме. Ежемесячная подписка на расширенную версию для казахстанцев обойдется в 990 тенге. Расценки для пользователей из других стран разработчики устанавливали, исходя из уровня жизни, и, например, американцам нужно платить по \$6. Сегодня Kid Security скачали около 30 тыс.

раз, платную подписку покупают 7% пользователей, что, по словам основателей проекта, является хорошим показателем: в среднем 3-4% пользователей, устанавливающих приложения по контролю за детьми, не ограничиваются бесплатным функционалом.

Масштабирование

Более 80% скачиваний приходится на долю пользователей из других стран. География самая широкая: от России и Великобритании до США, Хорватии и Израиля.

Может показаться, что масштабировать продукт, аналогичный Kid Security, легко, достаточно сделать перевод на другие языки. На практике всё не так просто. Адаптацию к другим рынкам нельзя провести, не поняв особенностей менталитета. Вещи, привычные в Казахстане, могут оказаться непонятны или недопустимы в США. В этом отношении основателям приложения помогло изучение опыта конкурентов и советы семейных друзей, проживающих в разных странах.

Аяпов и Ашаманов рассматривают возможность партнёрства с мобильными операторами, в распоряжении которых находится большая база данных. Компании смогут поделиться с абонентами информацией о приложении, а разработчики поделятся процентом от выручки.

Партнёры планируют развить Kid Security до уровня семейной платформы, функции которой не ограничиваются контролем за детьми. С помощью приложения взрослые дети смогут контролировать перемещение и самочувствие пожилых родителей. Супруги – согласовывать свои передвижения, когда нужно вместе поехать за покупками или повезти детей на занятия в секцию.

Также ребята планируют *продавать приложения Kid Security компании Facebook или Google.*

Источник: https://m.forbes.kz/made_in_kz/chudo_odobreniya_1577198030/

Кейс «Как за миллион тенге открыть выгодный бизнес на селе»

Жительница небольшого села Жанаталап Мейрамкуль Романкулова в Жалагашском районе Кызылординской области при поддержке фонда поддержки сельского хозяйства открыла цех, где производят одеяла и кошмы для юрт.

Идея

Когда раньше жители аула стригли скот и шерсть выбрасывали или сжигали, женщина всегда ловила себя на мысли, что это нерационально, что так быть не должно, потому что шерсть – это сырьё для производства многих полезных вещей. Так она решила, что, если откроет собственное дело, то воспользуется тем, что шерсть можно купить без проблем и дешево, наверное, в каждом селе региона.

Ресурсы

Разработав план по организации работы цеха по переработке шерсти, женщина получила кредит в миллион тенге через АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства».

В Алматинской области купила станок для обработки шерсти, потому что вручную – это процесс трудоемкий и медленный, а станок обрабатывает до 20 килограммов шерсти в час. А работниц для цеха Мейрамкуль взяла себе в рамках программы занятости, чем вполне довольна.

Продукт

Сейчас в новом цехе Жанаталапа делают прочные теплые одеяла, кошмы для юрт, изделия пользуются спросом. Кстати, аналогов цеху этой женщины в регионе нет. Обработкой сырой шерсти никто не занимается.

Масштабирование

У сметливой предпринимательницы есть и дальнейшие планы – вязальный механизированный цех. Машинок для вязания разных модификаций, в том числе несложных, много. Как считает хозяйка цеха, шерсть в цехе есть, красить её, делать вязаные изделия, выводить их на рынок при грамотном подходе будет не так уж сложно.

По программе «Дорожная карта бизнеса-2020» Мейрамкуль Романкуловой получила второй грант в размере 600 тысяч тенге, значит, появится еще несколько рабочих мест на предприятии Романкуловой.

За последние десять лет практически прекратилось производство мытой шерсти и сырых соленых шкур, что, конечно, неоправданно на фоне активного спроса на них в России, Турции и Китае. Эти ниши, при умелом подходе, может занять предпринимательница.

Источник: https://baigenews.kz/analysis/reviews/kak_za_million_tenge_otkrit_vigodnii_biznes_na_sele/

Кейс «Как заработать в ауле?»

Азат Курманбек из аула Когам Туркестанской области – потомственный верблюдовод. Разведением этих животных занимались его отец, дед, прадед. Восемь лет назад, после смерти отца, Азат взял семейный бизнес в свои руки. Тогда в стаде было всего 10 голов, но с помощью микрокредитов он увеличил поголовье в пять раз. Получаемое верблюжье молоко фермер продает в гостиницы Туркестана и туристам, которые посещают святые места региона.

Азат Курманбеков по меркам Туркестанской области зажиточный фермер. Имеет стадо в пятьдесят верблюдов, каждый из которых стоит от миллиона тенге, пятнадцать гектаров пахотной земли и собственный большой дом. Несмотря на это, каждое утро нисвет низаря Азат садится на лошадь и гонит свое стадо на выпас, а вечером вместе с семьей доит животных, чтобы приготовить верблюжье молоко (шубат).

Разведение верблюдов – трудоемкое и хлопотное занятие. Но все семье Курманбековых знают все тонкости выращивания «кораблей пустыни». Верблюды в домашнем хозяйстве живут до 30–40 лет. Периодически им нужно

делать прививки от различных болезней и обеспечивать хороший выпас на открытой местности. Это неприхотливое животное, питается любым подножным кормом, стадо в поисках корма может уйти на десятки километров от дома. Взрослое животное не боится волков и стадом может противостоять волчьей стае. Уязвимое место – рождение потомства, которое появляется раз в два года.

Верблюдица вынашивает детеныша 12 месяцев и перед родами старается уйти подальше от людей. Родившийся верблюжонок очень слаб. Если родится в степи – может погибнуть от переохлаждения или стать добычей волков, поэтому в такие периоды фермеру приходится быть рядом со стадом в течение всего дня.

Продукт

Разводят верблюдов из-за шерсти, но главным образом получают шубат. Взрослая верблюдица дает 12 литров молока в день, всего от стада, в котором 35 взрослых самок, получается больше 400 литров.

По области средняя цена шубата – 400 тенге за литр, но Азат продает в санатории и частным покупателям дешевле – по 350 тенге.

Целевая аудитория

Он работает на качество, поэтому покупателей много, и фермеру выгодно продавать дешевле и большими объемами. Благодаря этому число постоянных заказчиков растет. Недавно появился спрос у иностранных туристов, посещающих мавзолей Ходжа Ахмета Яссауи и другие достопримечательности области.

Финансирование

Еще восемь лет назад все семейство Курманбековых было только десять верблюдов. Молока хватало, чтобы продавать в соседнее село и соседям. Но Азат хотел увеличить объемы производства – чтобы растить пятерых детей, нужны немалые средства. Но с помощью естественного прироста значительное увеличение поголовья потребовались бы годы. Навторой способ – покупку молодых самок, каждая из которых стоит от 250 до 750 тысяч тенге, у фермера денег не было. Выход подсказали в микрофинансовой организации КМФ, где в 2009 году Курманбеков получил кредит на покупку молодняка.

Он начал ездить по соседним хозяйствам и покупать по 1–2 верблюжонка. У них есть особенные признаки, которые отличают молочных особей, тех, кто дает больше молока. Фермер таких сразу видит опытным глазом и берет в стадо.

С этого времени мужчина 11 раз обращался за микрокредитами, каждый раз увеличивая по головье и суммы займов. Сегодня Азат Курманбеков владеет не только крупнейшим в Отырарском районе стадом верблюдов, но и стал агрономом. От продажи молока купил 15 гектар земли, где выращивает кукурузу и люцерну на корм скоту.

Его семейный бизнес благодаря упорному труду и помощи жены и детей процветает. Секреты своего ремесла по разведению верблюдов Курманбеков

передает своим детям: трое сыновей и две дочери активно помогают отцу по хозяйству и знают, что это дело перейдет им по наследству.

Источник: <https://kapital.kz/business/63255/millioner-iz-aula.html>

Кейс «Бизнес на астау»

Ни для кого не секрет, как сильно в Казахстане любят бешбармак. Это, наверное, самое востребованное блюдо на столе у любой казахстанской семьи, независимо от национальности. Сегодня не только в ресторанах, кафе, но и в домах у многих казахстанцев используют астау во время праздничных застолий. Это красиво, своеобразно. В наше время, когда мы стали чаще обращаться к своим корням, изготовление астау получило новое дыхание, стало своего рода трендом, популяризирующим народные обычаи. Начало формы главное достоинство исконно казахской экопосуды состоит в том, что мясо в ней долго не остывает, а искусно выделанная древесина придает особенный колорит праздничному столу.

Идея

Со школьных лет Тадыкорганец Абзал Бегимбетов полюбил вырезать из дерева различные шкатулки и сувениры, дарить их родственникам, друзьям, соседям. Несколько лет назад в одном из городских магазинов внимание Абзала привлекло такое вот деревянное блюдо астау, в котором на тоях подают бешбармак. Абзал решил во что бы то ни стало научиться вырезать астау. К сожалению, в цехах Абзала отказывались обучать. И он поехал в Тараз, где встретился с одним предпринимателем, который делал такую продукцию. После переговоров он взял в аренду один из цехов, нанял рабочих и начал производство. Мастеров в этой сфере, как оказалось, очень много. Парень учился, наблюдая за работой опытных резчиков.

Однако не все могут организовать производство, продвижение и сбыт продукции. Вернувшись в Талдыкорган, молодой человек вначале изготавливал деревянные подносы в домашних условиях.

Спрос

Но вскоре спрос на них вырос настолько, что начинающий предприниматель зарегистрировал ИП, открыл небольшую мастерскую в селе Балпык-би, а потом запустил цех в областном центре. Вот так увлечение казахскими национальными традициями превратилось в бизнес, приносящий стабильный доход на протяжении уже трех лет. Ежемесячно мастера, а их 5 человек, изготавливают около 100 изделий различных форм, хотя потребность в них намного больше – 400 штук. Заказов много, со сбытом проблем нет: всю продукцию оптом скупают бизнес-партнеры из Нур-Султана, Алматы, Костаная.

Финансирование

После того, как предприниматель зарегистрировал ИП «Табыс» и в 2017 году принял участие в конкурсе государственных грантов в рамках программы «Дорожная карта бизнеса - 2020» с проектом производства национальной посуды из дерева, Абзал получил миллион тенге и купил оборудование,

расширил цех. Сегодня в цеху предпринимателя работают пять человек, которые ежедневно изготавливают астау по 12-15 штук.

Ресурсы

Для изготовления деревянной посуды резчики используют карагач: эта порода считается тверже других. В производство идет только качественное дерево, без сучков и трещин. Цех оснащен электропилами, дрелью, шлифовальной машинкой, есть и более дорогие станки.

Авторское право

С целью закрепления авторских прав Абзал наносит на каждое изделие фирменный знак – древний казахский орнамент «үкікөз», служащий также гарантией качества. По его словам, чем старше дерево, тем лучше получается посуда. Большое значение имеют художественная резьба, дизайн, творческий подход, а главное – ювелирная точность и терпение. Порой на изготовление одного деревянного блюда по спецзаказу приходится тратить до месяца кропотливой работы.

Конкуренция

Как выяснилось, в сфере производства казахской национальной посуды конкуренция небольшая. К примеру, на юге страны действует всего несколько специализированных мастерских в Талдыкоргане, Шымкенте и Таразе. Между тем, большим спросом астау пользуется на севере Республики.

Масштабирование

В ближайшее время Абзал Бегимбетов намерен открыть еще один цех в Костанаве и расширить перечень выпускаемых изделий.

За короткое время благодаря профессионализму продукция Абзала стала востребованной и популярной в регионе. Вместе с этим предприниматель успел стать наставником начинающих мастеров и бизнесменов. В цеху он обучил производству деревянной посуды десятков людей, которые, в свою очередь, открыли свое дело.

Источники: <https://atameken.kz/ru/projects/30638-taldykorganec-naladil-proizvodstvo-derevyannoj-posudy> <https://kazpravda.kz/articles/view/v-trende-astau-dlya-beshbarmaka>

2.5. Особенности применения метода геймификации в учебном процессе

Геймификация является относительно новой методикой, и потому обладает недостаточной изученностью, но в то же время и широким образовательным потенциалом. Она может быть задействована в различных сферах человеческой жизни, но в последнее десятилетие рассматривается как один из наиболее перспективных инновационных подходов к проведению занятий в средней школе.

Геймификация – это применение элементов игры и игровых принципов в неигровых контекстах.

В учебнике «Основы предпринимательства и бизнеса» за 10 класс, представлен ряд игр, таких как: «Эффект бабочки», «Egg drop», «Битва за проект»,

«Продажа жемчуга» и другие. Которые учитель может использовать при объяснении определенных тем для отработки новых навыков, критического мышления, применения нового подхода, практическое направление метода обучения. По мнению Б. З. Зельдовича игры могут стать эффективным инструментом усвоения нового материала и саморефлексии учащихся [15].

Моделируя причастность учеников к определенным производственным ситуациям, игра заставляет думать, интегрировать полученные знания, побуждает детей к активной учебно-поисковой деятельности, приближенной к реальной действительности. Таким образом, использование бизнес-игр в наибольшей степени способствует формированию исследовательского подхода к усвоению теоретико-практических положений. Участники деловой игры имеют различные интересы, обусловленные их игровой ролью. Один, например, выступает в качестве специалиста отдела, а другой – генерального директора. В следующей деловой игре один выступает в роли кредитора, другой – в роли получателя займа и т. п. В результате каждый из участников одни и те же деловые вопросы решает со своих индивидуальных позиций.

Вместе с тем под влиянием объективных экономических закономерностей, предопределяющих хозяйственную деятельность людей, они вынуждены искать компромисс и приходиться к единому решению. Все это в наибольшей степени, чем любой другой методический прием преподавания экономических дисциплин, помогает учащимся понять суть экономических преобразований, способствует выработке у них практических действий, направленных на выбор оптимального экономического варианта хозяйственной деятельности. В 11-м классе в заданиях практически не представлены бизнес-игры. Тем не менее, если вы считаете, что будет целесообразным провести бизнес-игру для закрепления материала урока, вы можете воспользоваться одной из бизнес-игр, приведенных ниже.

Игры имеют разную длительность: некоторые длятся весь урок, другие занимают не более 5 минут, так что учитель по своему усмотрению может встраивать их в канву урока либо предложить учащимся поиграть самостоятельно, выбрав ведущего, место и время проведения игры в зависимости от подготовленности класса и количества учеников. Все игры доступны для проведения в классах с любой оснащенностью, так как содержат минимальные ресурсы для подготовки, большинство из них не требуют вообще никаких ресурсов. Надеемся, что предложенные бизнес-игры станут хорошим подспорьем учителю в процессе преподавания основ предпринимательства.

Для примера рассмотрим игру «The Barter Puzzle», из учебника 10 класса.

Цель игры:

- в процессе игры понять механизм функционирования конкуренции;
- протестировать различные конкурентные стратегии.

В ходе игры ученики смогут понять, что конкурентная стратегия – это поиск оптимального решения, которое поможет им преуспеть в своих целях.

При этом это взаимовыгодный процесс для всех участников конкурентных отношений – демпингуя играя не честно, ученики не дадут конкурентам развиваться, но в то же время и не смогут развиваться сами.

Правила игры

В процессе игры ученики должны собрать из кусочков (пазлов) свою картинку. Часть пазлов каждой команды окажется на руках у других команд. Ученикам предстоит заполучить их, вступая в конкурентные отношения с другими командами – обмен, торг и т. д. Выиграет та команда, которая соберет свою картинку быстрее. В процессе заполнения необходимых недостающих частей команды возможно будут придумывать новые задания для участников других команд в обмен на кусочки пазлов.

Команды: 4-5 человек в каждой.

Ресурсы для каждой команды: цветные картинки, разрезанные на части (пазлы). Количество картинок соответствует числу команд, участвующих в игре.

Ход игры

1. Поделитесь учеников на команды – 5 минут.
2. В качестве картинок вы можете использовать цветные распечатки на листе А4.

Покажите каждой команде их картинку, попросите запомнить то, что нарисовано. Используя ножницы разрежьте каждую картинку на 20 частей – пазлов (4 линии по горизонтали, 5 по вертикали)

3. Выдайте каждой команде одинаковое количество кусочков (20 пазлов), из которых они будут собирать свою картинку. Недостающие пазлы соответственно оказываются на руках у других команд. Проследите, чтобы у каждой команды было одинаковое количество пазлов на руках, чтобы все они были в равных условиях – 5 минут.

4. Теперь ученики должны будут организовать взаимодействие с другими командами, чтобы получить недостающие кусочки. Не вмешивайтесь в процесс обмена и торгов, лишь иногда направляя учеников и помогая им разрешать конфликты в случаях, когда они не могут справиться самостоятельно. Если игра закончилась слишком быстро, вы можете повторить ее, запустив новый раунд – 20 минут.

5. Подведение итогов урока – 10 минут.

Игра «Формирование команды»

Цель урока: научиться формировать команду и определять сильные и слабые стороны членов команды.

Количество игроков: команды по 7-9 человек.

Ресурсы: бланки таблиц для заполнения по количеству игроков. *Правила игры:* класс разбивается на группы по 7-9 человек. Все претенденты на вакансии садятся в круг. В командах выбирают работодателя (основатель проекта), которому на карточке дается описание его задачи: попросите каждого претендента представиться, рассказать о себе и объяснить, чем привлекла

вакансия (любая, выбирает ведущий), почему хотят работать именно на данной должности и в данной компании. Время 2-3- минуты. Ведущий перед началом представления участников просит основателя проекта внимательно наблюдать и делать пометки у себя на листе напротив каждого кандидата, так как это пригодится при распределении участников. Далее основатель говорит: «Теперь каждый из вас на бланке в левом столбце таблицы напишет 5-7 личностных качеств, необходимых в работе руководителя /менеджера/бухгалтера/дизайнера и т.д.». Все пишут 2-3 минуты. «А теперь в правом столбце вам всем надо прийти к единому мнению и записать те личностные качества, с которыми будет согласна вся группа. Голосовать запрещено, вам всем нужно договориться». И далее основатель смотрит, кто первый скажет «Давайте так.», кто что говорит, как говорит, к кому прислушиваются (лидерство). Обсуждение длится 7-8 минут. Затем основатель говорит: «Пожалуйста, кто-нибудь, прочтите список качеств, который вы выработали все вместе», - и смотрит, кто берет ответственность. «А теперь каждый расскажите о себе в контексте тех качеств, которые вы выработали все вместе, например: «Я ответственная, т. к. ..., это проявляется..., примером тому служит...». Основатель должен наблюдать, кто рассказывает убедительнее. Обычно, если то или иное качество выражено слабо, сказать кандидату особенно нечего, он не может привести примеров.

Выслушав выступления кандидатов, основатель может (если позволяет время) предложить решить задачу: 1,5 курицы за 1,5 дня снесли 1,5 яйца. Сколько снесут 3 курицы за 3 дня» (ответ 6). Дается 3-4 минуты на решение. Потом каждый по очереди должен сказать ответ. Ответы будут разные: 3, 6, 9, нет решения. Нужно сказать: «Т. к. задача чисто математическая, то у нее есть одно верное решение. Вам в течение 5 минут надо прийти к общему мнению.» Если не придут (у всех так и останется), то сказать ответ 6. «А теперь у кого ответ 6, объясняет тем, у кого другой ответ». Пронаблюдать за разъяснениями и реакцией участников и сделать аргументированный вывод о том, кто из кандидатов подходит на вакансию. Объяснить каждому свой отказ или согласие.

Попросите участников игры высказаться, рассказать о своих эмоциях во время игры, какие выводы они сделали. Какие выводы сделал работодатель? На что он будет обращать внимание при отборе кандидатов? Чем была полезна игра для ее участников?

Источник: <https://hrhelpline.ru/30-igr-dlya-sozdaniya-komandy-igra-vozmozh/>

Игра «Моделируем организационную структуру компании»

Цель: совместное осмысление текущей организационной структуры и процессов взаимодействия между подразделениями. Выработка общего понимания того, как организация работает, и предложений по усовершенствованию.

Правила игры: задача каждой группы участников заключается в создании организационной структуры их подразделения и схемы взаимодействия, используя любые подручные предметы: телефоны, ключи, визитки – все, на что хватит фантазии. Продолжительность: 10-15 мин. Попросите каждую команду в течение 5-10 мин представить результаты творчества.

По окончании всех презентаций предложите участникам обсудить следующие вопросы: есть ли у всех участников общее понимание организации? Где кроются разногласия? Какие есть проблемные зоны? Какие варианты усовершенствования эффективности работы возможно рассмотреть?

Источник: <https://hrhelpline.ru/poleznye-materialy-na-temu-kadrovogo-upravleniya-i-liderstva/page/14/>

Игра «Эффективность личной коммуникации»

Цель: отработка умений слушать другого и убеждать в правоте своей точки зрения, формирование индивидуальных способов эффективного общения.

Количество игроков: группы по 5 человек.

Правила игры: класс делится на группы по 5 человек. Каждой группе сообщается, что в группе будет зачитан текст, который они должны будут передать друг другу по памяти, не делая никаких записей и пометок. После этого в кругу остается один из пяти, а четверо выходят за дверь. Ему зачитывается текст. «Положение серьезное, – сказал Пух, – надо искать спасение». Он схватил самый большой горшок с медом и спасся с ним на толстую-претолстую ветку своего дерева, торчавшую высоко-высоко над водой. Потом он опять слез вниз и спасся с другим горшком. А когда все спасательные операции были закончены, на ветке сидел Пух, болтая ногами, а рядом стояло десять горшков с медом. На другой день на ветке сидел Пух, болтая ногами, а рядом стояли четыре горшка с медом. На третий день на ветке сидел Пух, болтая ногами, а рядом стоял один горшок с медом. На четвертый день на ветке сидел Пух один-одинешенек».

Потом приглашается второй участник, первый сообщает ему все, что запомнил. Приглашается третий участник и т. д. Игра продолжается до тех пор, пока текст не повторят все пять участников.

Затем предложите последним участникам, которые слушали других из разных групп, поделиться своим текстом с остальными, сравнить их и всем участникам групп представьте или зачитайте оригинал текста. Предложите участникам поделиться в группах своими впечатлениями, выводами о том, чем была полезна игра, какие выводы о передаче информации и удачной коммуникации можно сделать. Пусть участники в группах составят правила успешной коммуникации в таких ситуациях и поделятся между группами. Спросите, где может пригодиться данный навык, где в работе важно четко формулировать свои мысли и научиться улавливать суть.

Ошибки возникают, т. к. партнерам мешает услышать суть слишком большое внимание к деталям, неспособность систематизировать информацию,

привнесение собственных интерпретаций. В итоге то, что мы думаем, хотим сказать, не совпадает с тем, что мы говорим. А то, что слышит собеседник, не совпадает с тем, что он понимает, и с тем, что мы думали и говорили. Люди сами додумывают недостающую информацию, достраивают ее.

Источник: <https://moluch.ru/archive/102/22416/> Упражнение «Слепое слушание»

Игра «Возможность»

Цель: применить методики формирования идеи для стартапа, навыки дизайн-мышления.

Количество игроков: небольшие группы (5-10 человек).

Ресурсы: тканевые или бумажные салфетки.

Правила игры: раздайте по салфетке каждой группе в составе от 5 до 10 человек. По очереди каждый из участников должен продемонстрировать, как использовать салфетку.

1) Демонстрирующий не может говорить.

2) Он / она должен стоять.

3) Демонстрация должна носить оригинальный характер.

Ожидаемый результат: участники получают опыт бесконечного числа возможностей использования салфетки, что даст им осознать, что существует бесконечное число путей решения проблем, использования ресурсов, способов мотивации команды и.т. п.

Источник: <https://hrhelpline.ru/30-igr-dlya-sozdaniya-komandy-igra-vozmozh/>

Игра «Рекламная акция»

Цель: освоить активный стиль общения и развить в группе отношения конкуренции и в то же время партнерства; развить самостоятельность, творческий подход; поупражняться в способности рекламировать, убеждать.

Ресурсы: листы бумаги, фломастеры.

Правила игры: перед игроками ставится задача провести рекламную кампанию принципиально новой продукции – ручек «ЭХОПеНЫ». Ручка «ЭХОПеН» запоминает все, что ей было записано. В дальнейшем данная информация может быть перенесена в ПК. Продукт только выходит на рынок, и потому еще не получил внимания потенциальных покупателей. Разделите учеников на 5 групп-фирм. Каждая фирма должна придумать себе название, девиз и т. д. Ученики должны распределить роли внутри группы: один должен подготовить дизайн печатной рекламы (листовки, плакаты); второй – рекламу для радио или телевидения; третий – подготовить пост для Instagram о данном товаре.

Каждую роль могут выполнять и несколько участников, тогда они будут подготавливать дизайн, рекламу и текст поста вместе.

После окончания подготовки группы должны представить свои презентации товара. Класс голосует за лучшую презентацию. Перед защитой каждой группы попросите всех учащихся вспомнить критерии успешной презентации проекта, а также вспомнить этапы стартап-проекта и все изученное. Составьте таблицу

критериев успешной презентации и систему начисления баллов. После выступления команд проведите обсуждение итогов. Почему, как они считают, выиграла именно эта команда, а не друга. Какие выводы они могут сделать?

Источник: http://storage.elib.mgup.ru/8/Zeldovich_11.pdf. С.185-186

Игра «Выработка креативного мышления»

Цель: освоить на практике методику рефрейминга, позволяющего отказаться от прошлого опыта и увидеть предмет исследования по-новому, в многообразии признаков, помочь игрокам преодолеть внутренние барьеры, страх и неуверенность перед другими людьми, продемонстрировать в ходе игры различия, присущие подходу различных людей к одной и той же проблеме, рассмотреть существующие методы и подходы к решению проблемы.

Количество игроков: класс делится пополам.

Ресурсы: листы ватмана, краски, карандаши, фломастеры, куски цветной ткани, парики и другие элементарные театральные атрибуты.

Правила игры: объясните ученикам, что такое «рефрейминг» - изменение точки зрения на ситуацию для придания ей иного значения. Суть рефрейминга заключается в том, чтобы увидеть вещи с разных перспектив или в разных контекстах. Рефрейминг является неотъемлемой частью творческого мышления. Для того чтобы понять реальность других людей, надо научиться смотреть на мир их глазами – без этого невозможно эффективное общение. Открытый подход к собеседнику в сочетании с определенной сенсорной чуткостью позволяет выявить представления, которые лежат в основе его поведения и которые совсем необязательно должны совпадать с нашими собственными представлениями о том, что правильно, а что неправильно. Любое поведение, ситуация или событие могут быть подвергнуты рефреймингу. Изменив контекст события, можно придать ему новый смысл.

Разбейте группы на пары или по 3 человека. В каждой мини-группе партнеры в течение 10 минут должны обмениваться друг с другом информацией о себе так, чтобы в фокусе разговора оказалась какая-либо черта характера или привычка, которая самим же человеком воспринимается как нечто негативное, мешающее. Затем в течение 10 минут каждому участнику пары необходимо будет приготовить свой взгляд на это качество с тем, чтобы представить его с положительной стороны. Например, медлительность становится вдумчивостью и неспешным, основательным вхождением в материал; недостаток храбрости – хорошей природной самозащитой, отсутствием авантюризма; всеядность – проявлением интереса к жизни, любопытством, стремлением к универсальности знаний и умений; неряшливость – свойством творческой натуры не замечать пошлого быта, а быть творцом идеального.

Группы снова должны объединиться по 15 человек и обсудить собранные качества и их положительные стороны. Затем они должны представить переосмысление качества второй группе в виде песни, театральной сценки,

монолога, рисунка, комикса и т. д. – в форме, которая максимально отражает переосмысленное качество.

Обсудите с учениками, насколько новым показался им увиденный взгляд на проблему. Задумывались ли они прежде о подобных возможностях самооценки? Как они относятся к увиденному? Чем им понравилось задание? В чем оно оказалось сложным? Что они открыли в себе в ходе работы с партнером и над материалом, полученным от товарища?

Источник: http://storage.elib.mgup.ru/8/Zeldovich_11.pdf. С.207-209

Игра «Продажа Жемчуга»

Цели урока:

- На практике ознакомиться с законом спроса и предложения;
- В игровой форме применять знания техники продаж и формирования цены товара;

В ходе игры вы сможете на практике ознакомиться с законом спроса и предложения. Для этого разбившись на команды вам необходимо будет проиграть 4 раунда как в качестве продавцов, так и покупателей. Сегодня вашим товаром будут дорогие и редкие жемчужины.

Правила игры: Поделившись на равные группы покупателей и продавцов, вы получите от учителя рекомендуемую стоимость продажи для продавцов жемчужин (вы не должны продавать товар ниже этой стоимости) и рекомендуемую стоимость покупки для покупателей жемчуга (вы не должны покупать выше этой стоимости). За короткий промежуток времени каждому члену команды продавцов необходимо договориться о цене продажи с членом команды покупателей. Каждый покупатель может продать только 1 жемчужину, каждый продавец должен купить только 1 жемчужину. Сделка считается завершенной, когда продавец передал жемчужину покупателю, а покупатель передал продавцу бумажку с указанием стоимости. По завершению времени на сделку необходимо будет назвать стоимость преподавателю. Подробности проведения второго, третьего и четвертого раунда будут объявлена преподавателем во время урока.

Команды: Группа продавцов и группа покупателей с равным количеством учеников в каждой. Постарайтесь сформировать группы с разным набором компетенций у каждого участника команды.

Ресурсы для каждой команды: Карточки для фиксации цены сделки, виртуальный жемчуг.

Что вы поняли из игры?

- Как вы думаете почему продавцы хотят продать свой товар по максимально высокой цене, а покупатели хотят купить по максимально низкой цене?
- Подумайте, куда сдвинулась бы кривая спроса и предложения в 3-м и в 4 м раунде?
- Подумайте, имело ли значение в процессе игры то, какими именно

компетенциями обладал каждый из участников вашей команды. Как выдумаете, зачем во время игры вы поменялись ролями в командах? Какой вывод вы сделали из этого?

- Подведите итог занятия: какие выводы вы сделали из задания?
- Сможете ли вы использовать полученные выводы в дальнейшем? Как?

Игра «Матрица идей»

Цель

- придумать новую идею для бизнеса и представить её классу;
- соотнести идею для бизнеса с собственными возможностями.

Игра «Матрица идей» — превосходный вантуз для творческого засора. Она научит школьников творчески и нетривиально подходить к поставленным задачам. Часто бывает так, что у бизнесмена есть желание открыть бизнес, но нет идей того, какие продукты или услуги начать производить. Сегодня вам предстоит поучаствовать в игре «Матрица идей», которая может научить будущих предпринимателей творчески и нетривиально подходить к поставленным задачам.

Правила игры:

Разделившись на группы, ученики получают от вас две заранее подготовленные карточки с указанием простых слов, которые они смогут выбрать случайным образом из общей массы карточек (могут вытянуть из общей кучи). В течение пяти минут каждой команде на уроке необходимо придумать бизнес-идею, основанную на содержании этих карточек и по завершении брейншторма презентовать её классу. Преподаватель проводит ещё два раунда с уточняющими критериями по этим идеям. Побеждает команда, набравшая максимальное количество голосов одноклассников по результату последней презентации.

Ресурсы

Заранее распечатанные карточки с простым словом на внутренней стороне.

Таблица 2

ботинок	Грузовик	магнитофон	ковёр	тетрадь
кольцо	Корова	телефон	картон	банан
краска	Чашка	клавиатура	таблетка	автомобиль
кухня	Часы	пакет	фотоаппарат	салфетки

Вы также можете придумать свои слова, главное, чтобы это были имена существительные, обозначающие какой-либо физический предмет.

Распределение групп

3-4 группы с равным количеством учеников. Оптимальное количество участников в одной группе 3-5 человек. Постарайтесь сформировать группы с разным набором компетенций у участников, входящих в её состав. Для формирования групп можно использовать любой из методов случайного распределения учеников на группы.

Ход игры

1. Распределите учеников на команды – 3 минуты.

2. Позвольте двум ученикам выбрать по одной карточке из общего количества случайным образом. Озвучьте и запишите на доске два слова – содержимое этих карточек. Слова должны быть совершенно не связаны между собой ни по смыслу, ни иным образом.

3. Задача каждой группы – за 3-5 минут придумать новую идею бизнеса с использованием свойств или качеств не связанных друг с другом предметов из карточек.

4. Попросите презентовать каждую идею меньше чем за минуту.

5. После завершения всех презентаций попросите учеников задуматься, смогут ли они уже завтра реализовать эту идею в составе данной команды, есть ли у них достаточные ресурсы для этого (деньги, знания, опыт, навыки, знакомства)?

6. Дайте дополнительные 3-5 минут каждой из команд для переосмысления их первоначальной идеи. Ещё раз проведите командную работу, попросив пересмотреть свою первоначальную идею так, чтобы ученики могли бы начать воплощать идею уже завтра.

7. Попросите презентовать каждую идею меньше чем за минуту.

8. Найти интересную бизнес-идею – это очень сложно. У учеников получилось это сделать во время выполнения первых четырёх шагов инструкции. Теперь команды смогли попробовать проанализировать её с точки зрения энерго- и ресурсозатратности, представить, с какими трудностями они могли бы столкнуться, воплощая свою идею в реальность.

9. Задайте вопрос: как трансформировалась идея во время выполнения шестого шага инструкции? Как вы думаете, почему?

10. После завершения обсуждения попросите учеников представить, что бизнес-идея, к которой они пришли на данном этапе игры, — это то, чем они будут заниматься следующие 20 лет своей жизни. Спросите, готовы ли они к этому? Что ещё можно пересмотреть в идее? Как её можно улучшить или изменить? Возможно, теперь ученики захотят полностью пересмотреть её.

11. Дайте дополнительные 3-5 минут каждой из команд для переосмысления их идеи. Ещё раз проведите командную работу, попросив пересмотреть текущую идею с условием, что это будет бизнес, которым они будут заниматься следующие 20 лет.

12. Попросите презентовать каждую идею меньше чем за минуту.

13. Задайте вопрос, как трансформировалась идея во время выполнения последнего раунда?

14. Обсудите финальные идеи каждой из команд и проголосуйте за лучшую, определив тем самым команду победителей.

Выводы

Школьники должны осознать, что в результате игры каждый из них всего за 3 минуты смог найти новые идеи для бизнеса на основании двух не связанных между собой слов. Это должно привести к пониманию того, что создание новой бизнес-идеи по силам любому креативно мыслящему человеку.

Также школьники должны оценить плюсы командной работы в процессе выработки идей.

Когда перед учениками стояла задача просто придумать бизнес-идею на основе двух слов, она выглядела достаточно инновационной и сложной, не так ли? Когда условия усложнились, и команды должны были подумать над тем, как воплотить идею в жизнь, первоначальная идея также стала трансформироваться, пошла по пути упрощения. Когда произошла примерка бизнес-идеи на себя, на свои возможности, ученикам многое захотелось в ней поменять. Именно такой путь проходит предприниматель с момента возникновения идеи в его голове до её окончательной реализации. Теперь у вас есть опыт трансформации бизнес-идеи с учётом множества разнообразных факторов, а также опыт бизнес-аналитики.

Задайте ученикам вопросы .

1. Как вы думаете, почему малозначимые и привычные для нас вещи увеличивают свою ценность в другом историческом периоде?

2. Почему важные для нас сегодня гаджеты могут иметь меньшую ценность в другом временном периоде?

3. Существуют ли универсальные вещи, которые не теряют своей значимости вне зависимости от временного контекста? Что их объединяет?

4. Подведите итог занятия: какие выводы вы сделали из задания?

5. Сможете ли вы использовать полученные выводы в дальнейшем? Как?

Пример для понимания возможных ответов в первом раунде со словами – «таблетка» + «клавиатура».

Пример 1. Из выбранных слов команда может придумать бизнес-продукт – клавиатуру с таблетками вместо клавиш, где каждая клавиша снабжена микропорами, через которые, при нажатии, выделяется порция витамина, который укрепляет структуру кожи подушечек пальцев.

Пример 2. Другая команда может придумать таблетки в форме клавиш клавиатуры для людей, которые не могут запомнить очерёдность приёма таблеток. Врач прописывает пациенту курс таблеток в форме слова «выздоровливай». В первый день пациент принимает букву «В», во второй – «Б» и т. д.

Очень важно, чтобы все команды использовали два общих слова из раунда в раунд, а не разные слова для каждой из команд или новые слова для каждого раунда.

Выводы

Игра должна была продемонстрировать ученикам, как важно уметь выстраивать стратегию конкурентных отношений, какую роль играет лидер в команде, и какими качествами он должен обладать, чтобы привести свою команду к успеху. Они также могли убедиться, каким не простым может быть процесс решения проблем, и какую важную роль в нем играет командная работа и понимание логики действий конкурентов.

Кроме того, важным выводом может стать значимость навыков ведения переговоров, коммуникации и эмпатии по отношению к другим игрокам в команде, конкурентам и партнерам.

Игры и моделирование ситуации

Дидактическая игра – привлекательна тем, что содержит в себе как воспитательные, обучающие и развлекательные элементы. Само использования геймификации при обучении принят на вооружение педагогикой давно и только набирает обороты. Игры позволяют смоделировать поведение человека с определенной ситуативной ролью, которую с успехом применяется в реальной жизни. Симуляционная игра создает некоторые аспекты модели реальности, позволяющая сконцентрировать внимание на игровых обучающих акцентах. Например, изучая во второй четверти процесс регистрации компании, игроки абстрагируются от различных аспектов, и в игровом процессе отсается только то, что призвано усилить понимание тщательности подготовки документации и совершения активных регистрационных действий, готовность к выявлению ошибок, исправлению повторной регистрации, проанализировать взаимоотношения регистрирующего органа и предпринимателя.

Ролевая игра – позволяет примерить образ и характер какой-либо личности в конкретной ситуации и принять на себя желаемую или предполагаемую модель поведения. Несмотря на то, что ролевая игра обычно является проекцией некоторого жизненного опыта, в очень большей степени проявляется элемент импровизации. Главной целью ролевой игры является проекция себя в новой жизненной ситуации или событием, с которой участники ещё не сталкивались.

Ролевые игры способствуют улучшению понимания ситуации, воспитывают чувство эмпатии, т.е. понимания чувств других людей, вовлеченных в процесс. Ролевая игра также как и симуляционная состоит их коротких сцен. Однако, отличие заключается в том, что не имеет жестко прописанный сценарий с высокой степенью импровизации. Полезность ролевых игр в том, что они имитируют реальную жизнь, где все происходит достаточно неожиданно и непредсказуемо. Они ставят вопросы, на которые непросто ответить. Например, связанные с оценочными аспектами правильности поведения работника. Сильнейший эффект для комплексного объективного понимания ситуации дает обмен ролей участниками. Необходимо подталкивать участников к осознанию необходимости постоянного и критического переосмысления информации.

Симуляции (моделирование) ситуаций – можно представить как расширенную ролевую игру, в которой участвуют все учащиеся. Это возможность испытать себя в сложных ситуациях, в безопасных учебных условиях. Симуляции обычно содержат эмоциональную вовлеченность как элемент. В процессе обучения используются не только ум и руки, но и сердце. Вообще для всех вышеуказанных методик, в том числе и этой подводит итог.

Так называемый дебрифинг. Это «разбор полетов», в котором ученики осознают испытанные в ходе упражнения чувства, разобрать действия и их причины, оценить приемлемость принятых решений. Ваша задача организовать пространство и время, в котором ученики смогут провести параллель между пережитым опытом и реальными ситуациями в современной жизни.

Цель ролевых игр и моделирования ситуаций (симуляций) — подготовиться к преодолению препятствий на пути предпринимательской деятельности. Выполняя в рамках моделирования упражнения и игры, связанные с предпринимательской деятельностью, ученики учатся также работать с внутренними ощущениями и эмоциями, не бояться их, находить свои сильные и слабые стороны, находить контрмеры[16].

Например, моделирование ситуации конкуренции с другими предприятиями, которые продают аналогичные товары на этом рынке, или ведения бизнеса и принятия ответственности за решения, относящиеся ко всем аспектам менеджмента бизнеса, ученик испытывает некоторый стресс, который внезапно блокирует эффективность мышления или парализует коммуникации между членами группы. Эти решения могут относиться к производству и маркетингу продукции, финансированию бизнеса или расходам, касающимся маркетинговой и производственной деятельности, др. и ученик может даже не подозревать о таких обстоятельствах. Ваша задача создать благоприятные условия для проведения игр/моделирования/симуляций, разобрать в рамках дебрифинга, все что случилось во время выполнения упражнения, привести к осознанию проблемы и выработать вместе решение.

2.6. STEM-образование в преподавании предмета «Основы предпринимательства и бизнеса»

STEM-образование-это интегрированный подход к обучению. В рамках этого подхода академические научно-технические концепции исследуются в контексте реальной жизни. Целью данного подхода является установление прочных связей между школой, обществом и всем миром, способствующих развитию STEM грамотности и конкурентоспособности в мировой экономике. STEM-интегрированный подход к образованию, в рамках которого академические научно-технические концепции исследуются в контексте реальной жизни.

В Казахстане в рамках государственной программы развития образования и науки на 2016-2019 годы начал активно развиваться переход к содержанию школьного образования в контексте STEM. STEM-образование является мостом, соединяющим обучение и карьеру. Его концепция готовит детей к технологически развитому миру.

Преимущества STEM-образования: критическое мышление, использование научно-технических знаний в повседневной жизни, активное общение, работа в команде, повышение интереса к техническим дисциплинам, креативный и свежий подход к проектам, сочетание учебы и карьеры.

Основная цель STEM-образования-демонстрация знаний и умений учащихся в изобретательских решениях, исследовательских услугах, практических форматах. STEM-образование позволяет учащимся связать полученные знания с процессами окружающей среды и развить проектное мышление.

Ожидаемый результат STEM - образования-функциональная грамотность учащихся, их жизненные и профессиональные перспективы, уверенность в своих силах. STEM образование-может быть включено в класс STEM или в любой предмет индивидуально. STEM может реализовываться непосредственно на уроках предмета естественно-математического направления. А на предметных уроках общегуманитарного направления учащиеся могут проектировать сборочную линию своих обществоведческих исследований [17].

По предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» учащиеся могут реализовывать свои произведения и изобретения посредством мыслительных, исследовательских процессов. Например: робототехника мирового уровня, конструирование, программирование, моделирование, 3D-проектирование и многое другое – все это привлекает современных школьников. Для реализации этих интересов необходимо развивать более сложные навыки и компетенции. Сейчас важно, чтобы ученик не только знал и делал, но и изучал и изобретал новое. Необходимо одновременно развиваться в ключевых академических областях, таких как наука, математика, технологии и инженерия, которые можно объединить одним словом STEM (science, technology, engineering and mathematics).

2.7 Описание метода дизайн мышления и SWOT-анализ в предпринимательстве

Дизайн-мышление – модное направление, о котором начали массово говорить не так давно. Но на самом деле этот метод существует уже более 50 лет. Из приема дизайнеров он превратился в универсальный инструмент, который помогает специалистам в самых разных сферах понимать потребности пользователей и изобретать для них креативные решения. Рассказываем об основных принципах дизайн-мышления и разбирается, как оно помогает придумывать новое. Прообразом технологии дизайн-мышления послужили креативные техники, развивавшиеся в 1950–1960 годах. О дизайне как о способе мышления первым в 1969 году написал Герберт Саймон в книге «The Sciences of the Artificial». Окончательно метод дизайн-мышления был сформулирован в 1980-х годах. Позже основатель компании IDEO Дэвид Келли стал приспособлять метод дизайн-мышления к потребностям бизнеса [18].

Дизайн-мышление – это особый подход к созданию новых продуктов и решений. В рамках него большое внимание уделяется потребностям и запросам будущих пользователей. Вот основные принципы дизайн-мышления:

- детальное изучение опыта людей;

- стремление выйти за рамки одностороннего взгляда на проблему;
- учет разных сценариев поведения и взаимодействия с новым продуктом.

Сферы использования дизайн-мышления

Специалисты, работающие с дизайн-мышлением сегодня, говорят, что это универсальный инструмент. Его можно использовать везде – от создания мобильных приложений до планировки общественных пространств.

Этапы работы по методу дизайн-мышления

Эмпатия. Сначала нужно понять, что беспокоит людей. Важно погрузиться в их мир, определить их потребности, трудности и модели поведения. Сделать это поможет наблюдение за пользователями, беседа с ними или эксперимент, в рамках которого вы попытаетесь занять их место и получить схожий опыт.

Фокусировка. Собранную информацию необходимо обработать и проанализировать, чтобы выделить самые важные проблемы.

Генерация идей. Здесь вы придумываете конкретные решения. При этом важно предложить как можно больше идей и не бояться рассматривать сумасшедшие предложения. После того как вы собрали достаточно вариантов, нужно более тщательно оценить каждый из них и переходить к выбору наиболее подходящего.

Прототипирование. Прототип нужен для того, чтобы проверить вашу идею и понять, насколько она хороша. Создав ее физическое воплощение (это может быть макет, сценарий, презентация), вы увидите сильные и слабые стороны.

Тестирование. На последнем этапе дизайн-мышления пользователи тестируют прототипы и делятся обратной связью. Комментарии людей показывают, помогает ли ваш вариант справиться с их проблемами. Они также позволяют улучшить решения.

При необходимости эти этапы можно повторять по несколько раз или использовать только те, которые больше всего подходят для решения ваших задач.

Ошибки в работе с дизайн-мышлением

Может показаться, что дизайн-мышление – универсальный, не вызывающий проблем инструмент. Но это не так. Основатель и партнер лаборатории Wonderfull Мария Сташенко в статье на Medium.com пишет, что порой внедрение метода в работу заканчивается неудачей. Причин такого исхода несколько:

4. Односторонний взгляд на проблемы пользователей, которые команда собирается решать. Чтобы избежать этого, к работе по методу дизайн-мышления необходимо привлекать специалистов из разных областей (дизайнеров, разработчиков и аналитиков).

5. Поверхностное использование метода. Команда на глаз прикидывает

проблемы пользователей, не подкрепляя свои суждения фактами. Из-за этого в финале получается продукт, который на самом деле не нужен целевой аудитории. Справиться с этим можно, применив как можно больше реальных методов исследования.

б. Критика идей на этапе генерации. Это тормозит процесс креатива, многие хорошие идеи теряются. Чтобы решить проблему, перед началом брейншторма договоритесь, что критика запрещена, и строго следите за этим.

Также можно предложить дополнительные методики выполнения заданий и упражнений в учебном процессе по дисциплине «Основы предпринимательства и бизнеса» [19].

Графические методы

Техника применения графических организаторов предусматривает задействование наряду с аудиальным рецептором (Ваша речь) визуального канала восприятия информации и идей. Согласно наблюдениям, визуалы составляют около трети от общего числа людей. Использование графических методов для фиксации идей, организации информации, выстраивания взаимосвязей значительно облегчит процесс понимания.

Графики. При исследовании социально-экономических проблем, для сравнения и противопоставления различных ситуаций или форм, для исследования нескольких аспектов какой-либо проблемы помогают табличные формы, имеющие несколько сравнительных столбцов.

Ментальная карта (mindmaps) – это метод визуализации идей с использованием ключевых слов. Также можно применять различные цвета, ассоциативные изображения. Этот формат предназначен для генерации и выявления идей, выстраивания связей между ними. Логическое мышление переносится в формат образного, формируя целостную картину того, что учащиеся знают и думают о предмете. По умолчанию в любой из ментальной карте используются «ветки ключевых слов», однако можно превратить в инструмент запоминания и обучения, если добавить в него картинки, различные цвета [20].

SWOT-анализ в предпринимательстве

SWOT-анализ – аббревиатура происходит от заглавных букв английских слов Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы).

С помощью SWOT-анализа одновременно изучаются различные характеристики определенного предмета или решения: сильные и слабые стороны наряду с возможностями и угрозами способны повлиять на процесс принятия решений, помогая в определении соответствующих стратегий и направлений деятельности. Сильные и слабые стороны относятся к внутренним аспектам анализируемой проблемы, а возможности и угрозы являются внешними факторами. SWOT анализ – это прием/техника, при помощи которого определяются сильные и слабые стороны и рассматриваются возможности и угрозы бизнес-плана, конкретного действия или бизнес-идеи. Он также может использоваться как элемент сохранения устойчивости.

Основной целью SWOT-анализа является выявление и отнесение каждого значимого фактора к одной из четырех категорий: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы так, чтобы получить объективное представление о ситуации на предприятии.

SWOT анализ является полезным инструментом при принятии оптимальных решений или в развитии бизнес-стратегий.

SWOT анализ не может быть сделано само по себе, оно всегда применяется при соотношении какого либо предмета к чему-то. (например, свот анализ продукта по отношению к новому рынку, свот анализ личности к позиции руководителя и т.п.).

Таблица 3

SWOT - анализ

В рамках исследования я провёл предварительный SWOT – анализ компании. В помощь, которого я постарался выяснить, что компания из себя представляет сейчас, какие возможности имеет и какие угрозы могут угрожать компании на пути развития.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • Стабильная клиентская база • Устойчивое финансовое положение • Хорошая репутация компании • Хорошая кредитная история 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаточно развита филиальная сеть • Отставание в использовании информационных систем
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Обслуживание новых групп клиентов • Упрочнение репутации компании • Новые возможности завоевания доли рынков конкурентов 	<ul style="list-style-type: none"> • Замедление роста рынка • Угроза выхода на рынок новых конкурентов • Ужесточение конкуренции между компаниями

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ КРАТКОСРОЧНЫХ ПЛАНОВ И ПО ВЫСТАВЛЕНИЮ «ЗАЧЕТ/НЕЗАЧЕТ» ПО ПРЕДМЕТУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА»

3.1. Методические рекомендации по разработке краткосрочных планов

При разработке краткосрочных планов уроков по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» учитель руководствуется эффективным использованием методов и приемов обучения, организуя основные этапы и структуры урока.

Изучая метод прямого обучения в учебном процессе, особенности исследования можно рекомендовать в качестве методической помощи учителям предмета «Основы предпринимательства и бизнеса».

Прямое обучение и изложение нового материала – классические базовые методы преподавания-обучения, где активную роль играет преподаватель, разъясняющий последовательно и ясно содержание урока. В рамках этой методики устанавливаются связи между новыми и ранее полученными знаниями, проецируется использование в новых ситуациях. Вопросы раскрываются маленькими «порциями», периодически проверяется понимание материала, дополнительно объясняются сложные моменты, развиваются навыки и техника применения знаний в новых ситуациях.

Прямое обучение состоит из введения в тему, определение вопросов для обсуждения, предоставление новых материалов и информации. Новый материал может быть интересным по содержанию, однако, поддерживать концентрацию участников в течение занятия можно только, если вовлекать обучаемых периодически, задавать вопросы или провоцировать дискуссии.

Таким образом, осуществляется переход от монолога преподавателя к диалогу. Одним из методов в преподавании предмета «Основы предпринимательства и бизнеса», является анализ экономического текста. Для формирования определенной картины мира, учащиеся должны получить дополнительные тексты, касающиеся новой темы. В этих целях могут использоваться либо материалы из учебника, из самой методички, где мы специально указываем этот материал, самостоятельно подобранные отрывки из работ видных экономистов, информация об известных отечественных (иногда – западных) предпринимателях (в том числе в виде художественных произведений).

Данная методика в процессе преподавания-обучения позволяет сформировать у обучаемых навык активного, «умного» чтения для постижения идей. И это порой заменяет чтение, направленное на пассивное восприятие и запоминание. Чтобы научить учащихся воспринимать и ситуативно использовать идеи экономического текста, необходимо постоянно практиковать критический анализ и интерпретацию прочитанного, помимо этого, проблематизировать почерпнутые идеи.

В итоге, мы должны добиться умения логически проанализировать, охарактеризовать и взаимоувязать идеи текста, сформировать собственный взгляд/мнение. Дополнительно можно сопоставить свое мнение с позициями коллег или преподавателя, однако, есть риск принятия позиции преподавателя ввиду его формальной авторитетности. Если Вы хотите предложить самостоятельно изучить и анализировать текст, Вы должны предоставить учащимся рекомендации об авторах, названиях работ, значениях терминов.

Для закрепления мыслей и идей после прочтения текста, обучаемым необходимо рекомендовать записать вопросы о непонятных моментах, о чем бы еще хотели узнать. Основываясь на вопросах можно устроить обсуждение в группах, где они сами формулируют вопросы и пытаются совместно найти ответы.

Одной из рекомендуемых методик является разделение темы на части по принципу пазлов (puzzle), где каждая из частей одной темы записывается на нескольких карточках. Малые группы, используя карточки и анализируя их логический порядок, могут самостоятельно составить некий текст собственного видения рассматриваемого вопроса. Итогом работы является презентация с аргументами, созданная в рамках коллективного обсуждения.

Эту работу можно варьировать. Например, для новой темы готовятся карточки с вопросами и ответами: один комплект карточек с вопросами и другой комплект – с правильными ответами. Смешав все карточки между собой случайным образом, даете возможность каждой группе найти соответствующие пары.

Интенсивная/активная лекция. Мы знаем, что лекции аудитория не любит из-за малого объема передаваемой информации, и по причине пассивности мыслительного процесса, сопровождаемой скукой. Запоминание при отсутствии дополнительных маркеров или побудителей является затруднительным.

Формат активной лекции призван помочь продвинуться вглубь темы, размышлять над ней и объективно ее интерпретировать. Активная лекция частично устраняет недостатки в закреплении знаний посредством опроса, объяснения или обдумывания. Активная лекция состоит из нескольких этапов:

1. *Этап осознания* – в начале урока Вы предлагаете вспомнить имеющиеся знания по определенному вопросу, чтобы сконцентрировать обучаемых на новом материале. Можно попросить учащихся выполнить некоторые задания, например: сформулировать несколько идей, общих понятий, которые им известны в отношении предстоящей темы, обсудить в парах или небольших группах поставленный преподавателем вопрос или раскрыть возможные связи между идеями или понятиями, изложенными преподавателем. При наличии времени, можно организовать процесс, где обучаемый добровольно делятся идеями на доске.

2. *Этап осмысления* – это этап, на котором происходит сама непосредственно презентация лекции с чередованием периодов осмысления и опроса. Идеи озвучиваются в течение 10-15 минут, после чего предлагается

сопоставить их с первоначальными идеями. Предоставляем время для ответов на вопросы, представленные по лекции; или для попытки предсказать, о чем пойдет речь в следующей части лекции, и т.д. Такая последовательность повторяется на протяжении всего урока.

3. *Этап размышления* – просите обучаемых выполнить определенное упражнение или ответить на вопрос, направленные на концентрацию на материале (индивидуально/в парах/в малых группах); составить 5-минутное эссе, с обобщением прозвучавших во время урока идей; сформулировать как минимум один вопрос по теме или составить краткий комментарий по этой теме. Эссе представляют собой важный элемент обратной связи (feedback), позволяющий оценить уровень осмысления новой информации [21].

3.2 Примеры краткосрочных планов по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса»

План урока

Таблица 4

Раздел 1 «Предпринимательство как экономическое явление»	Школа:	
Дата:	ФИО учителя:	
Класс: 10	Количество присутствующих:	отсутствующих:
Тема урока	Введение в предпринимательство	
Цели обучения, которые достигаются на данном уроке	10.1.1.1 понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо»; 10.1.1.2 знать предмет, цели и задачи предпринимательства	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> - Познакомиться с понятиями «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо». - Узнать предмет, цели и задачи предпринимательства 	
Критерии оценивания (Ожидаемый результат)	<p>Все учащиеся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понять особенности предпринимательского мышления, отличие между предпринимателями и бизнесменами, предмет, цели и задачи предпринимательства; - понять важность планирования для предпринимательства. <p>Большинство учащихся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Объяснить какими видами деятельности занимаются бизнесмены и предприниматели; - Указать отличительные характеристики успешного предпринимателя; - Указать отличительные характеристики успешного бизнесмена. - Указать 5 преимуществ и недостатков занятия предпринимательской деятельностью. - Составлять в рамках методики SMART-целей свои цели: на неделю; на месяц; на конец года; на следующие 5 лет; 	


	на следующие 10 лет. Некоторые учащиеся смогут: - Сравнить свои представления о мире бизнеса с представлениями своих друзей. Указывать сходства и различия; - Указать как они смогут достичь собственных целей через занятие предпринимательской деятельностью.
Языковые цели	Учащиеся могут делать заметки во время работы (навыки разговорной, письменной речи и прослушивания) Лексика и терминология, специфичная для предмета: предпринимательство, предпринимательское мышление, индивидуальный предприниматель, бизнесмен, адаптивность, мобильность, SMART-цели, потребность, благо. Набор фраз для диалога и письма: Я думаю, что..., я согласен..., я не согласен...
Привитие ценностей	Все ценностивоспитания подрастающего поколения- уважение, дружба, толерантность, любовь и взаимовыручка, готовность помочь
Межпредметные связи	Экономика. Риторика. Математика
Предварительные знания	Предпринимательское мышления, планирование

Ход урока

Запланированные этапы урока	Запланированная деятельность на уроке	Ресурсы
Начало урока 6 мин.	<p>Организационный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний; - создает условия для мотивации в учебном процессе. <p>Игра «Дерево достижений».</p> <p>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.</p> <p>После того, как ребята прикрепили листочки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тех кто выбрал зеленый лист, ожидает успех на сегодняшнем занятии. <p>Красный лист - желают общаться.</p> <p>Желтый лист – проявят активность.</p> <p>Синий – будут настойчивы.</p> <p>Дерево покрылось листвой, с помощью вас оно</p>	<p>Игра «Дерево достижений».</p> <p>Флипчарт или ватман</p> <p>(Нарисуйте дерево без листьев).</p> <p>Листочки разного цвета.</p> <p>Презентация урока.</p>

<p>Середина урока 20 минут</p>	<p>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><i>В начале урока учитель знакомит учащихся с организационными аспектами процесса обучения. Необходимо указать учащимся на то, как:</i></p> <p><i>1) зарегистрироваться на портале atameken.co;</i></p> <p><i>2) будет структурирована четверть: какие подразделы и темы будут изучены.</i></p> <p>Определение цели и темы урока</p> <p>Добро пожаловать на ваш первый урок по основам предпринимательства и бизнеса! Наверняка у вас есть какие-то ожидания от нового предмета: понять, что нужно, чтобы стать предпринимателем, разобраться, хотите ли вы этого, научиться методам и приемам организации и ведения собственного бизнеса и т. д. Вы непременно получите ответы на все ваши вопросы позже – в ходе изучения данного предмета.</p> <p><i>Задайте вопросы и обсудите в классе:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Кто такой предприниматель? - Кто такой бизнесмен? - Что нужно, чтобы стать предпринимателем? - Чем они отличаются от всех других людей, - Какие цели ставят перед собой? <p>Сегодня же мы начнем с самого простого: мы разберемся, кто такие предприниматели и бизнесмены, чем они отличаются от всех других людей, какие цели ставят перед собой.</p> <p>И начнем мы не со словарного определения предпринимателя, а с того, что же именно отличает этих людей от остальных. И это не что иное, как предпринимательское мышление – способность смотреть на обстоятельства и ресурсы окружающего мира не с точки зрения потребителя, а с точки зрения творца и проводника изменений.</p> <p>Затем учитель рассказывает классу об особенностях предпринимательского мышления, отличиях между предпринимателями и бизнесменами, предмете, целях и задачах предпринимательства. Отдельно стоит остановиться на умении планировать и важности планирования для предпринимательства.</p>	<p>«Мозговой штурм». Презентация Урока.</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>
------------------------------------	---	---

	<p>ФО «Лайк» (👍)</p> <p>Работа с заданиями по учебнику. <i>Задание 1</i> (стр. 9 учебника) Назовите имя предпринимателя из своего населенного пункта. Кого можно считать самым значимым предпринимателем в Казахстане? Объясните, почему вы так считаете. Укажите отличительные характеристики успешного предпринимателя, бизнесмена. <i>Задание 2</i> (стр. 9 учебника) Укажите 5 преимуществ и недостатков занятия предпринимательской деятельностью. Преимущества (пример: свобода творчества): Недостатки (например, ненормированный график работы):</p> <p><i>В процессе выполнения заданий 1 и 2 необходимо дать ученикам возможность вспомнить наглядные примеры реальных людей, живущих и работающих в их посёлке, городе и стране. Если есть возможность, привлечь представителя НПП «Атамекен» и показать фильм о предпринимателях, интересные истории их профессионального становления.</i></p> <p><i>Задание 3</i> (стр. 9 учебника) Сформулируйте и укажите свои цели</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ на неделю; ✓ на месяц; ✓ на конец года; ✓ на следующие 5 лет; ✓ на следующие 10 лет. <p>При разборе вопросов задания 3 учитель указывает на необходимость развития навыков планирования. Приводит примеры того, как навык планирования может помочь развить успешную и гармоничную личность. В частности, можно упомянуть Бенджамина Франклина (почитать об этом можно по ссылке: https://4brain.ru/blog/пирамида-франклина/). Кроме того, учащиеся могут выполнить это упражнение в рамках методики SMART-целей:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>S (specific)</i> — цель должна быть конкретной, например, учащиеся должны представить, сколько именно баллов получают на ЕНТ, сколько лет посвятят карьере, какая зарплата у них будет и пр.; - <i>M (measurable)</i> — цель должна быть измеримой, учащиеся не только указывают цифровые данные результатов экзамена или желаемого дохода, но и подкрепляют их конкретными аргументами; - <i>A (achievable)</i> — идея достижимой цели. Если цель 	<p>Фильм «Социальная сеть» или «Империя соблазна», «Основатель»</p> <p>https://4brain.ru/blog/пирамида-франклина/</p>
--	--	--

	<p>покажется учащимся недостижимой, посоветуйте им поставить промежуточную цель;</p> <p>- <i>R (realistic/relevant)</i> — реалистичная, релевантная цель: при постановке цели учащийся должен понять её значимость, необходимость: она не должна противоречить другим жизненным целям;</p> <p>- <i>T (timebound)</i> — при постановке цели должны указываться конкретные сроки. Установление временных рамок позволяет эффективнее управлять различными процессами.</p> <p><i>Задание 4 (9 стр в учебнике).</i></p> <p>Сравните свои представления о мире бизнеса с представлениями своих друзей. Укажите сходства и различия.</p> <p><i>Задание 5 (9 стр в учебнике).</i></p> <p>Укажите, как вы можете достичь собственных целей через занятие предпринимательской деятельностью.</p> <p>Материал заданий 4 и 5 способствует формированию навыков разрешения проблемных ситуаций.</p>	
Конец урока 10 мин	Для закрепления пройденного материала с учащимися можно провести урок-викторину или урок-зачёт «Что такое предпринимательское мышление?».	
Рефлексия	<p>После просмотра фильма можно получить обратную связь — что понравилось, на какого из предпринимателей хотелось бы быть похожим? Какие новые мысли, чувства возникли после просмотра?</p> <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 	
Дифференциация – каким образом Вы планируете оказать больше поддержки? Какие задачи Вы планируете поставить перед более способными учащимися?	Оценивание – как Вы планируете проверить уровень усвоения материала учащимися?	Здоровье и соблюдение техники безопасности
<p>1. Диалоговое обучение</p> <p>2. Работа в группах</p> <p>3. Дифференциация по работе с источниками проводится на этапе изучения нового материала.</p> <p>4. Дифференциация проводится на закреплении урока, где ребятам будут предложены задания</p>	<p>ФО «Аплодисменты», «Лайк»</p> <p></p> <p>Самооценивание, взаимооценивание в парах, коллективное оценивание.</p>	<p><i>Здоровьесберегающие технологии.</i></p> <p><i>Используемые физминутки и активные виды деятельности.</i></p> <p><i>Пункты, применяемые из</i></p>

различные степени сложности. Распределение ролей в группе предполагает активное участие каждого при работе в группе, взаимопомощь и взаимоподдержку.		Правил техники безопасности на данном уроке.
---	--	--

План урока

Раздел «Предпринимательство как экономическое явление»		Школа:	
Дата:		ФИО учителя:	
Класс: 10		Количество присутствующих:	отсутствующих:
Тема урока	Игра «Эффект бабочки»		
Цели обучения, которые достигаются на данном уроке (ссылка на учебную программу)	10.1.2.1 анализировать историю предпринимательства в Республике Казахстан; 10.1.2.2 понимать значение предпринимательства в экономике; 10.1.2.3 знать разницу между микроэкономикой и макроэкономикой		
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> - Развить навык взаимодействия с командой; - Анализировать историю предпринимательства в Республике Казахстан. - Провести исторический экскурс в экономику Казахстана; - Научиться определять ценности доступных ресурсов в контексте времени. 		
Критерии оценивания (Ожидаемый результат)	<p>Все учащиеся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Понять особенности экономического развития Казахстана в разные периоды времени; - Выбрать самые необходимые ресурсы для путешествия во времени учитывая конъюнктуру каждого исторического периода; - Понять, как меняется ценность привычных для нас вещей и предметов, в зависимости от контекста места и эпохи; <p>Большинство учащихся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Объяснить, почему малозначимые и привычные для нас вещи увеличивают свою ценность в другом историческом периоде; - Объяснить, почему важные для нас сегодня гаджеты могут иметь меньшую ценность в другом временном периоде; - Объяснить, что существуют универсальные вещи, которые не теряют своей значимости вне зависимости от 		

	<p>временного контекста.;</p> <p>Некоторые учащиеся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Презентовать свои суждения по всем раундам игры; - Оценить, как действия команды в предыдущих раундах могли повлиять на ход времени, как гипотетический перенос физических объектов мог повлиять на становление Казахстана.
Языковые цели	<p>Учащиеся могут...</p> <ul style="list-style-type: none"> - делать заметки во время работы (навыки разговорной, письменной речи и прослушивания). <p>Набор фраз для диалога и письма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Я думаю, что..., я согласен..., я не согласен... <p>Лексика и терминология, специфичная для предмета:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Эффект бабочки <p>Стиль языка, подходящий для диалога/письма в классе: Исследовательский, разговорный</p>
Привитие ценностей	<p>Ценности, основанные на национальной идее «Рухани жангыру»: казахстанский патриотизм и гражданская ответственность; развития конкурентоспособности, прагматизма, сохранения национальной идентичности, популяризации культа знания и открытости сознания граждан. Все ценностивоспитания подрастающего поколения- уважение, дружба, толерантность, любовь и взаимовыручка, готовностьпомочь</p>
Межпредметные связи	<p>Экономика. Риторика. Математика, История Казахстана, География, Литература</p>
Предварительные Знания	<p>Экономика, валовой внутренний продукт (ВВП), микроэкономика и макроэкономика, денежная система, инфляция, безработица, внешняя торговля, экономический рост.</p>

Ход урока

Запланированные этапы урока	Запланированная деятельность на уроке	Ресурсы
Начало урока 8 мин.	<p>Организационный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний; - создает условия для мотивации в учебном процессе. <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 (участники делятся на две команды и выстраиваются в две шеренги).</p>	<p>Игра «Дракон. Девочка. Самурай.»</p>

<p>Середина урока 25 минут</p>	<p>Это упражнение-соревнование. 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 участники их повторяют, чтобы лучше запомнить).</p> <p><i>Девочка:</i> 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><i>Дракон:</i> Ноги на ширине плеч, руки подняты над головой, пальцы растопырены как когти. Характерный агрессивный звук: «А-А-А-А!!!».</p> <p><i>Самурай:</i> 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: «Самурай убивает дракона: команда, показавшая самурая, зарабатывает победное очко. Дракон съедает девочку: команда, показавшая дракона, 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> <p>Определение цели и темы урока <i>Игра «Эффект бабочки»</i></p> <p>В ходе игры ученики смогут понять особенности экономического развития Казахстана в разные периоды времени, выполняя задания, которые задействуют критическое и пространственное мышление и способствуют анализу исторической эпохи через виртуальное погружение в исследуемый временной контекст.</p> <p>Правила игры Разделившись на группы, ученики получают</p>	<p>Презентация Урока.</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А.</p>
------------------------------------	--	---

заранее подготовленные карточки с указанием уникального временного периода, в который ученики должны будут виртуально перенестись на неопределённый срок. После мозгового штурма у каждой группы будет минута для объяснения и презентации своего решения, на основании которого участники других групп должны оценить выступления команд по 10-балльной шкале. Результаты необходимо записать в специальные оценочные листы. Побеждает команда, набравшая максимальное количество очков по результатам трёх раундов.

Ресурсы

Заранее распечатанный оценочный лист для каждой из команд, ручки для выставления результатов оценивания, карточки с указанием временных эпох для каждой из команд.

Группа X	Группа 1	Группа 2	Группа 3	Группа 4
Раунд 1				
Раунд 2				
Раунд 3				

Внешний вид оценочного листа для каждой из групп

Карточка 1	Карточка 2	Карточка 3	Карточка 4
Место: Территория Казахстана Время: «Золотой век» Шёлкового пути	Место: КазССР Время: 1961 год. (Первый полёт человека в космос)	Место: Республик а Казахстан Время: -5 лет	Место: Республик а Казахстан Время: +50 лет

Карточки с указанием эпохи. По своему усмотрению вы можете поменять временной контекст карточек, сделать более детальную привязку к какому-либо из значимых событий вашего региона. Изменяя содержимое карточек, помните о необходимости игры на контрастах – для лучшего усвоения материала школьником необходимы группы, которые смогут путешествовать в будущее и прошлое.

Деление группы

4 группы с равным количеством учеников. Постарайтесь сформировать группы с разным набором компетенций у участников, входящих в её состав. Для формирования групп можно использовать любой из методов случайного распределения учеников на группы.

Ход игры


1. Позвольте представителю каждой команды

Сейтенова

Рюкзак,
Заранее распечатанный оценочный лист для каждой из команд, ручки для выставления результатов оценивания, карточки с указанием временных эпох для каждой из команд.

	<p>выбрать одну из четырёх случайных карточек с указанием временной эпохи.</p> <p>2. Попросите внимания и озвучьте правила первого раунда. В течение трёх минут каждой команде учеников необходимо определить три материальных предмета из настоящего времени, которые они могли бы забрать с собой, используя гипотетическую машину времени. Все три предмета должны поместиться в стандартном школьном рюкзаке учащихся, а также принести максимальную пользу команде и, в частности, каждому из учеников в том периоде времени, в который они должны перенестись.</p> <p>3. По истечении трёх минут дайте возможность представителю каждой из команд презентовать три предмета и объяснить причины выбора конкретного предмета.</p> <p>4. Попросите оценить по 10-бальной шкале выступление каждой из команд.</p> <p>5. По завершении оценочных процедур поблагодарите всех выступающих и объявите о начале второго раунда.</p> <p>6. Попросите внимания и озвучьте правила первого раунда. В течение трёх минут каждой команде учеников необходимо определить три материальных предмета из времени, указанного на карточке, которые они могли бы забрать с собой, используя гипотетическую машину времени, в настоящее. Все три предмета должны поместиться в стандартном школьном рюкзаке учащихся, а также принести максимальную пользу команде и, в частности, каждому из учеников в настоящем.</p> <p>7. По истечении трёх минут дайте возможность представителю каждой из команд презентовать три предмета и объяснить причины выбора конкретного предмета.</p> <p>8. Попросите оценить по 10-бальной шкале выступление каждой из команд.</p> <p>9. По завершении оценочных процедур поблагодарите всех выступающих и объявите о начале третьего раунда.</p> <p>10. Перед тем как озвучить условия третьего раунда, поведайте учащимся об «Эффекте Бабочки». Эффект бабочки – термин в естественных науках, обозначающий свойство некоторых хаотичных систем: незначительное влияние на систему может иметь большие и непредсказуемые последствия, в том числе и совершенно в другом месте. Так, действия учеников, связанные с тремя предметами, гипотетически могли изменить пространственно-временной континуум и изменить наше настоящее.</p> <p>11. Попросите внимания и озвучьте правила</p>	
--	---	--

	<p>первого раунда. В течение трёх минут каждой команде учеников необходимо оценить, как действия команды в предыдущих раундах могли повлиять на ход времени, как гипотетический перенос физических объектов мог повлиять на становление Казахстана.</p> <p>12. По истечении трёх минут дайте возможность представителю каждой из команд презентовать свои суждения по третьему раунду.</p> <p>13. Попросите оценить по 10-бальной шкале выступление каждой из команд.</p> <p>14. По завершении оценочных процедур поблагодарите всех выступающих и подведите итоги голосования через суммирование общих оценок за каждый из раундов, не принимая во внимание оценки, которые команда могла поставить за собственное выступление.</p> <p>15. Оставшееся после объявления победителя время посвятите обсуждению игры.</p> <p>ФО «Аплодисменты»</p>	
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p>Выводы</p> <p>После игры вы можете подвести учеников к мысли, что актуальные ресурсы и их ценность меняется с ходом времени в зависимости от экономических процессов. Выбор правильного набора ресурсов можно осуществить, исключительно используя междисциплинарные связи и ход мышления, в котором необходимо проявить эмпатическое слушание к жителям той эпохи, сопоставив себя и свои персональные текущие нужды с условиями выбранной эпохи. Для принятия и анализа решения группе учеников понадобятся знания, почерпнутые из уроков географии, истории, литературы и собственного опыта.</p> <p>Действие в условиях ограниченности тремя ресурсами может подвести школьников к идее о том, что информационные/интеллектуальные ресурсы не могут быть ограничены их количеством и размерами рюкзака, и что знания, навыки и есть самый ценный ресурс, который они могут взять с собой, путешествуя во времени.</p> <p>Отслеживая общий настрой ответов, вы можете задавать вопросы, подводящие школьников к пониманию правильности выбора и необходимости критического мышления. Например, если в процессе обсуждения будут подниматься вопросы о необходимости гаджетов, вы можете задать сопутствующие вопросы – а будет ли требоваться зарядное устройство? А шнур для зарядки? Тогда это уже три предмета? А будет ли это работать в том времени?</p>	

	<p>Задайте ученикам вопросы из учебника.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Как вы думаете, почему малозначимые и привычные для нас вещи увеличивают свою ценность в другом историческом периоде? - Почему важные для нас сегодня гаджеты могут иметь меньшую ценность в другом временном периоде? - Существуют ли универсальные вещи, которые не теряют своей значимости вне зависимости от временного контекста? Что их объединяет? - Подведите итог занятия: какие выводы вы сделали из задания? - Сможете ли вы использовать полученные выводы в дальнейшем? Как? 	
Рефлексия	<p style="text-align: center;">Рефлексия «Чемодан, мисорубка, корзина.»</p>  <p style="text-align: center;"><small>Чемодан – все, что пригодится в дальнейшем. Мисорубка – информацию переработано. Корзина – все выбрано. Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке.</small></p> <p>Рефлексия настроения и эмоционального состояния: 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 	
Дифференциация – каким образом Вы планируете оказать больше поддержки? Какие задачи Вы планируете поставить перед более способными учащимися?	Оценивание – как Вы планируете проверить уровень усвоения материала учащимися?	Здоровье и соблюдение техники безопасности
Предусматривается работа по группам. Распределение ролей в группе предполагает активное участие каждого при работе в группе, взаимопомощь и взаимоподдержку.	ФО «Аплодисменты»	<i>Здоровьесберегающие технологии. Используемые физминутки и активные виды деятельности</i>

План урока

Раздел «Предпринимательство как экономическое явление»	Школа:	
Дата:	ФИО учителя:	
Класс: 10	Количество присутствующих:	отсутствующих:
Тема урока	Игра «Матрица идей»	

Цели обучения, которые достигаются на данном уроке (ссылка на учебную программу)	10.1.3.1 рассматривать предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации; 10.1.3.2 оценивать значимость формирования идеи как компетенции предпринимателя; 10.1.3.3 применять инструмент для формирования бизнес идей
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> - Попробовать придумать новую идею для бизнеса и представить её классу; - Научиться соотносить идею для бизнеса с собственными возможностями; - Применять инструмент для формирования бизнес-идей.
Критерии оценивания (Ожидаемый результат)	<p>Все учащиеся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понять особенности предпринимательского мышления, отличие между предпринимателями и бизнесменами, предмет, цели и задачи предпринимательства; - понять важность планирования для предпринимательства. <p>Большинство учащихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - придумывают новую идею для бизнеса и представляют ее классу. - оценивают идею для бизнеса с собственными возможностями. <p>Некоторые учащиеся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализируют инструмент для формирования бизнес идей.
Языковые цели	<p>Учащиеся могут...</p> <ul style="list-style-type: none"> - делать заметки во время работы (навыки разговорной, письменной речи и прослушивания); <p>Лексика и терминология, специфичная для предмета:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предпринимательство, ресурсы, бизнес, брейнсторминг, презентация идей. <p>Полезные выражения для диалогов и письма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - максимальное количество голосов.... - трансформация бизнес – идеи... - набор компетенций.... <p>Стиль языка, подходящий для диалога/письма в классе: Исследовательский, разговорный</p>
Привитие ценностей	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Сотрудничество</i> <p>Взаимодействие учащихся друг с другом и с учителем осуществляется на протяжении всех этапов урока;</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Открытость</i> <p>Учащиеся открыто и свободно высказывают свои предположения.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Обучение на протяжении всей жизни</i> <p>На уроке присутствует обратная связь, самооценивание, рефлексия ученика</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Уважение к себе и к окружающим</i> <p>Учитель и учащиеся выдерживают вежливый тон, используют вежливую форму обращения друг другу (по имени друг другу, учителю по имени и отчеству)</p>

Межпредметные связи	Экономика. Риторика. Математика
Предварительные Знания	Самореализация, мотивация, предпринимательские компетенции

Ход урока

Запланированные этапы урока	Запланированная деятельность на уроке	Ресурсы																				
Начало урока 9 мин. Середина урока 30 мин.	<p>Организационный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний; - создает условия для мотивации в учебном процессе. <p>Определение цели и темы урока</p> <p>Игра «Матрица идей» — превосходный вантуз для творческого засора. Она научит школьников творчески и нетривиально подходить к поставленным задачам. Часто бывает так, что у бизнесмена есть желание открыть бизнес, но нет идей того, какие продукты или услуги начать производить. Сегодня вам предстоит поучаствовать в игре «Матрица идей», которая может научить будущих предпринимателей творчески и нетривиально подходить к поставленным задачам.</p> <p>Правила игры</p> <p>Разделившись на группы, ученики получают от учителя две заранее подготовленные карточки с указанием простых слов, которые они смогут выбрать случайным образом из общей массы карточек (могут вытянуть из общей кучи). В течение пяти минут каждой команде на уроке необходимо придумать бизнес-идею, основанную на содержании этих карточек и по завершении брейншторма презентовать её классу. Учитель проводит ещё два раунда с уточняющими критериями по этим идеям. Побеждает команда, набравшая максимальное количество голосов одноклассников по результату последней презентации.</p> <p>Пример карточек</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td>Ботинок</td> <td>грузовик</td> <td>магнитофон</td> <td>ковёр</td> <td>тетрадь</td> </tr> <tr> <td>Кольцо</td> <td>Корова</td> <td>телефон</td> <td>картон</td> <td>банан</td> </tr> <tr> <td>Краска</td> <td>Чашка</td> <td>клавиатура</td> <td>таблетка</td> <td>автомобиль</td> </tr> <tr> <td>Кухня</td> <td>Часы</td> <td>пакет</td> <td>фотоаппарат</td> <td>салфетка</td> </tr> </table> <p><i>Учитель также может придумать свои слова, главное, чтобы это были имена существительные,</i></p>	Ботинок	грузовик	магнитофон	ковёр	тетрадь	Кольцо	Корова	телефон	картон	банан	Краска	Чашка	клавиатура	таблетка	автомобиль	Кухня	Часы	пакет	фотоаппарат	салфетка	<p>Игра «Ладочки»</p> <p>Презентация «Матрица идей»</p> <p>Заранее распечатанные карточки с простым словом на внутренней стороне</p>
Ботинок	грузовик	магнитофон	ковёр	тетрадь																		
Кольцо	Корова	телефон	картон	банан																		
Краска	Чашка	клавиатура	таблетка	автомобиль																		
Кухня	Часы	пакет	фотоаппарат	салфетка																		

обозначающие какой-либо физический предмет.

Деление групп

3-4 группы с равным количеством учеников. Оптимальное количество участников в одной группе 3-5 человек. Учитель должен сформировать группы с разным набором компетенций у участников, входящих в её состав. Для формирования групп можно использовать любой из методов случайного распределения учеников на группы.

Ход игры

1. Распределить учеников на команды — 3 минуты.

2. Два ученика выбирают по одной карточке из общего количества случайным образом. Учитель озвучивает и записывает на доске два слова — содержимое этих карточек. *Слова должны быть совершенно не связаны между собой ни по смыслу, ни иным образом.*

3. Задача каждой группы – за 3-5 минут придумать новую идею бизнеса с использованием свойств или качеств не связанных друг с другом предметов из карточек.

4. Учитель просит презентовать каждую идею меньше чем за минуту.

5. После завершения всех презентаций учитель просит учеников задуматься, смогут ли они уже завтра реализовать эту идею в составе данной команды, есть ли у них достаточные ресурсы для этого (деньги, знания, опыт, навыки, знакомства)?

6. Учитель дает дополнительные 3-5 минут каждой из команд для переосмысления их первоначальной идеи. Учитель ещё раз проводит командную работу, просит пересмотреть свою первоначальную идею так, чтобы ученики могли бы начать воплощать идею уже завтра.


7. Учитель просит презентовать каждую идею меньше чем за минуту.

8. Найти интересную бизнес-идею – это очень сложно. У учеников получилось это сделать во время выполнения первых четырёх шагов инструкции. Теперь команды смогли попробовать проанализировать её с точки зрения энерго- и ресурсозатратности, представить, с какими трудностями они могли бы столкнуться, воплощая свою идею в реальность.

ФО«Аплодисменты»

Задайте вопрос:

- как трансформировалась идея во время выполнения шестого шага инструкции? Как вы думаете, почему? ;

	<p>После завершения обсуждения попросите учеников представить, что бизнес - идея, к которой они пришли на данном этапе игры, — это то, чем они будут заниматься следующие 20 лет своей жизни;</p> <p>Спросите, готовы ли они к этому? Что еще можно пересмотреть в идее? Как ее можно улучшить или изменить?;</p> <p>Возможно теперь ученики захотят полностью пересмотреть её;</p> <p>Дайте дополнительные 3-5 мин каждой из команд для переосмысления их идеи;</p> <p>Ещё раз проведите командную работу</p>	
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p><i>Задайте ученикам вопросы из учебника.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Как вы думаете, почему малозначимые и привычные для нас вещи увеличивают свою ценность в другом историческом периоде? - Почему важные для нас сегодня гаджеты могут иметь меньшую ценность в другом временном периоде? - Существуют ли универсальные вещи, которые не теряют своей значимости вне зависимости от временного контекста? Что их объединяет? - Подведите итог занятия: какие выводы вы сделали из задания? - Сможете ли вы использовать полученные выводы в дальнейшем? Как? 	
<p>Рефлексия</p>	<div style="text-align: center;"> <p>Рефлексия</p> <p>«Чемодан, мясорубка, корзина.»</p>  <p>Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем. Мясорубка – информацию переработать. Корзина – всё выбросить.</p> <p><i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке.</i></p> </div> <p>Теперь у вас есть опыт трансформации бизнес – идеи с учетом множества разнообразных факторов, а также опыт бизнес-аналитики</p>	
<p>Дифференциация – каким образом Вы планируете оказать больше поддержки? Какие задачи Вы планируете поставить перед более способными учащимися?</p>	<p>Оценивание – как Вы планируете проверить уровень усвоения материала учащимися?</p>	<p>Здоровье и соблюдение техники безопасности</p>
<p>Предусматривается работа по группам. Распределение ролей в</p>	<p>ФО «Аплодисменты»</p>	<p>Здоровьесберегающие технологии.</p>

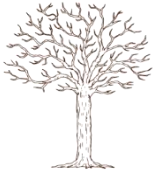
группепредполагает активноеучастие каждого при работе в группе, взаимопомощь и взаимоподдержку.		
---	--	--

План урока


Раздел «Предпринимательство как экономическое явление»	Школа:	
Дата:	ФИО учителя:	
Класс: 10	Количество присутствующих:	отсутствующих:
Тема урока	Кейс «Rocket Study»	
Цели обучения, которые достигаются на данном уроке (ссылка на учебную программу)	10.1.3.1 рассматривать предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации; 10.1.3.2 оценивать значимость формирования идеи как компетенции предпринимателя; 10.1.3.3 применять инструмент для формирования бизнес идей	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> - понять, как связаны оригинальность идеи и успешность предпринимательского старта. 	
Критерии оценивания (Ожидаемый результат)	<p>Все учащиеся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понять понятие предпринимательского подхода. - определить какими качествами должен обладать предприниматель, что такое мотивация и самореализация; <p>Большинство учащихся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснить значимость инициативности и непрерывного стремления к развитию. - оценивают интеллектуальные способности, черты характера. - анализируют приобретенные умения. <p>Некоторые учащиеся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сравнивать свои представления о мире бизнеса с представлениями своих друзей. Указывать сходства и различия; - указать как они смогут достичь собственных целей через занятие предпринимательской деятельностью. 	
Языковые цели	<p>Учащиеся могут...</p> <ul style="list-style-type: none"> - делать заметки во время работы (навыки разговорной письменной речи и прослушивания) <p>Набор фраз для диалога и письма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Я думаю, что..., я согласен..., я не согласен...Лексика и Терминология, специфичная для предмета: - leanstartup, компетенции, самореализация, мотивация <p>Стиль языка, подходящий для диалога/письма в классе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Исследовательский, разговорный 	
Привитие ценностей	Все ценности воспитания подрастающего поколения - уважение, дружба, толерантность, любовь и взаимовыручка, готовность помочь	

Межпредметные связи	Экономика. Риторика, География
Предварительные Знания	Самореализация, мотивация, предпринимательские компетенции

Ход урока

Запланированные этапы урока	Запланированная деятельность на уроке	Ресурсы
Начало урока 10 мин.	<p>Организационный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний; - создает условия для мотивации в учебном процессе. <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> 	<p>Ватман или флипчарт (На листе ватмана изображено дерево). Листочки зеленого цвета.</p>
Середина урока 20 минут	<p>Определение цели и темы урока</p> <p>При разборе бизнес-кейсов ваша задача – организовать его желательно в формате малых групп по 5 человек для обсуждения и взаимодействия. Попросите, чтобы решения проблем кейса были необычными, нетривиальными. В этом задании допускается вариативность решений и нелинейность хода урока. Возможно, у учеников будут противоположные точки зрения, которые можно будет использовать для организации дебатов. Важно продемонстрировать вашу собственную безоценочность в отношении их мнений, при которой вы допускаете различные точки зрения и при этом благодарите учеников за то, что они их высказали. Смысл деятельности – в формировании у учеников собственного отношения к проблеме с учётом всей полученной информации.</p> <p>История Арслана Даримова – история о том, как начать собственное дело в 17 лет и сделать его успешным. Арслан не учился в университете и сразу после 11 класса открыл сеть школ английского языка Rocket Study. Всё началось с продажи учебников по английскому, дальше - маленький офис, в котором он сам преподавал, офис побольше, а потом и сеть образовательных центров по всей Астане и в Алматы. Арслан всегда был самостоятельным и самостоятельно принимал решения. Будучи</p>	<p>Презентация урока.</p> <p>https://rocketstudy.kz</p> <p>https://www.instagram.com/rocketstudykz/</p> <p>https://www.instagram.com/rocketmankz/</p>

	<p>подростком, сам решал, в каких школах учиться. Идея открыть собственное дело в 17 лет тоже пришла самостоятельно. Череда таких решений сделала Арслана успешным молодым предпринимателем. Обороты бизнеса с 2014 по 2017 годы выросли в 17 раз.</p> <p>В ролике герой делится своим мировоззрением, дает советы начинающим и размышляющим и рассказывает, какие книги он читает. https://www.youtube.com/watch?v=jpJuS-POKDY <i>Задание 1.(Стр 30)</i></p> <p>Подумайте, какие ресурсы были у Арслана для открытия своего центра. ФО «Аплодисменты» <i>Задание 2. (Стр 30)</i></p> <p>Предположите, как, обладая имеющимися ресурсами, Арслан мог справиться с указанными проблемами (помещение, оборудование, реклама). ФО «Аплодисменты» <i>Задание 3. (Стр 30)</i></p> <p>Подумайте, как Арслан мог продолжить развивать свой бизнес на этой стадии. Что еще он мог сделать? <i>В ответах на задания 2 и 3 дайте ученикам возможность проявить креативность и высказать свои собственные идеи. Поощряйте их не ограничивать себя, даже если эти идеи выглядят не очень реальными. Чем больше идей они назовут, тем лучше</i> ФО «Аплодисменты» <i>Задание 4.(Стр 31)</i></p> <p>Подумайте, какие решения вы можете предложить для четырех указанных проблем.</p> <p><i>Проблема 1.</i> Для таких учеников в RocketStudy предусмотрена возможность индивидуальных занятий, занятий по Skype прямо из дома или офиса, формирование программы обучения не по графику, а исходя из потребности ученика понять ту или иную тему.</p> <p><i>Проблема 2.</i> Преподаватели RocketStudy сами регулярно сдают международные тесты, чтобы подтвердить свой уровень языка и на практике столкнуться с проблемами, которые ждут их учеников.</p> <p><i>Проблема 3.</i> Для таких учеников в RocketStudy открыт интенсивный курс подготовки: занятия 5 раз в неделю, субботний SpeakingClub и воскресные пробные тесты.</p> <p><i>Проблема 4.</i> Чтобы избежать рутины, RocketStudy разыгрывает сценки на английском, чтобы ученики переживали реальные языковые ситуации, использует приложения для мобильных</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=jpJuS-POKDY</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С. Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p>
--	--	---

	<p>телефонов по изучению языку, ученики смотрят видео, на первом месте стоит разговорный язык, и уже потом – грамматика.</p> <p>ФО «Аплодисменты»</p> <p><i>Задание 5. (Стр 31)</i></p> <p>Как вы думаете, остановился ли Арслан на достигнутом? Что он мог сделать для масштабирования своего бизнеса в данный момент?</p> <p><i>Наиболее вероятными ответами будут: привлечение наёмных работников, открытие новых школ, работа по франшизе. Как мы увидим дальше, Арслан также создал собственную ИТ-платформу. Тем не менее, у учеников могут быть и другие идеи по масштабированию бизнеса. Дайте им возможность высказаться, одобряйте все их идеи.</i></p> <p>ФО «Аплодисменты»</p>	
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p><i>Задание 6. Стр 31</i></p> <p>Подумайте, какие бизнес-уроки вы можете извлечь из кейса RocketStudy? Понравился ли вам проект Арслана? Почему?</p> <p>Ученики должны сделать вывод о том, что залог успешного бизнеса – это не большая сумма первоначального капитала, а интересная бизнес-идея и умение правильно распределять имеющиеся ресурсы, то есть наличие определённых компетенций. В конце урока ещё раз обсудите понятие предпринимательского подхода, значимость инициативности и непрерывного стремления к развитию.</p>	<p>Мозговой штурм</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>Дифференциация – каким образом Вы планируете оказать больше поддержки? Какие задачи Вы планируете поставить перед более способными учащимися?</p>	<p>Оценивание – как Вы планируете проверить уровень усвоения материала учащимися?</p>	<p>Здоровье и соблюдение техники безопасности</p>
<p>Объединение детей с разными способностями в команды. Групповые задания, индивидуальные задания, взаимооценивание. Поддержка будет осуществляться через ключевые слова, уровневые</p>	<p>ФО «Аплодисменты», Самооценивание, взаимооценивание в парах, коллективное оценивание.</p> <p>Результаты наблюдения учителем качества ответов учащихся на уроке.</p>	<p><i>Здоровьесберегающие технологии. Используемые физминутки и активные виды деятельности. Пункты,</i></p>

задания, подсказки.		<i>применяемые из Правил техники безопасности на данном уроке.</i>
---------------------	--	--

План урока


Раздел «Предпринимательство как экономическое явление»	Школа:	
Дата:	ФИО учителя:	
Класс: 10	Количество присутствующих:	отсутствующих:
Тема урока	Игра «Egg Drop»	
Цели обучения, которые достигаются на данном уроке (ссылка на учебную программу)	10.1.4.1 знать ресурсы и факторы необходимые для производства товаров и услуг; 10.1.4.2 понимать разницу между ресурсами и факторами необходимые для производства товаров и услуг.	
Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> - проследить взаимосвязь между ресурсами и факторами, приводящими к успеху; - научиться правильно выбирать ресурсы и эффективно использовать их. 	
Критерии оценивания (Ожидаемый результат)	<p>Все учащиеся смогут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понять, как важно правильно распоряжаться ресурсами; - Навыки, развиваемые во время игры: - умение работать в команде, ставить коллективные задачи, умение договариваться и находить общее решение; - лидерство, умение отстаивать свою точку зрения; - умение определять важные ресурсы, понимание того, что человеческий капитал — один из самых ценных ресурсов; - креативность и способность нестандартно мыслить. 	
Языковые цели	<p>Учащиеся могут...</p> <p>делать заметки во время работы (навыки разговорной, письменной речи и прослушивания)</p> <p>Лексика и терминология, специфичная для предмета: Ресурсы производства (природные, материальные, трудовые, информационные, финансовые), экономический кругооборот, факторы производства (земля, капитал, труд, предпринимательские способности, информация), факторный доход, рента, процент, зарплата, прибыль, личный доход, сбережения.</p> <p>Стиль языка, подходящий для диалога/письма в классе: Исследовательский, разговорный</p>	
Привитие ценностей	<p><i>Ценности</i>, основанные на национальной идее «Рухани жангыру»: казахстанский патриотизм и гражданская ответственность; развития конкурентоспособности, прагматизма, сохранения национальной идентичности, популяризации культа знания и открытости сознания граждан. <i>Сотрудничество.</i></p>	

	<p>Взаимодействие учащихся друг с другом и с учителем осуществляется на протяжении всех этапов урока;</p> <p><i>Открытость.</i></p> <p>Учащиеся открыто и свободно высказывают свои взгляды и предположения.</p> <p>На уроке присутствует обратная связь, самооценивание, рефлексия ученика.</p> <p><i>Уважение к себе и к окружающим.</i></p> <p>Учитель и учащиеся выдерживают вежливый тон, используют вежливую форму обращения друг другу (по имени друг другу, учителю по имени и отчеству)</p>
Межпредметные связи	Экономика. Риторика. Математика. География
Предварительные знания	Самореализация, мотивация, предпринимательские компетенции, ресурсы производства, факторы производства

Ход урока

Запланированные этапы урока	Запланированная деятельность на уроке	Ресурсы
Начало урока 5 мин.	<p>Организационный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитель настраивает учащихся на учебную деятельность и на получение новых знаний; - создает условия для мотивации в учебном процессе. <p>В начале урока предлагаю вам подарить друг другу хорошее настроение:</p> <p>Подарите улыбку друг другу. Давайте улыбнёмся друг другу и постараемся сохранить хорошее настроение на весь день</p> <p>Улыбка - универсальный знак доброты, начинай и заканчивай день улыбкой.</p> <p>Прислонитесь друг к другу ладошками. Что вы почувствовали, приветствуя друг друга таким образом?</p> <p>Второй вариант: «Прикоснитесь друг другу ладошками и подарите своему товарищу чувство уверенности в том, что сегодня у нас всё получится, поддержите друг друга перед нашей предстоящей работой, улыбнитесь друг другу от всей души!</p>	
Середина урока 5 минут	<p>Определение цели и темы урока</p> <p>Игра «Eggdrop»</p> <p>В ходе игры ученики смогут понять, как важно правильно распоряжаться ресурсами. На старте у них будут одинаковые возможности добиться успеха. И только то, как они распорядятся своими ресурсами – материальными и человеческими, определит, смогут ли они справиться с заданием успешно.</p> <p><i>Правила игры</i></p>	<p>Презентация Урока.</p> <p>Учебник «Основы предпринимательства и бизнеса» Е.С.</p>

	<p>Используя имеющиеся у учеников виртуальные деньги (5000 алтын), они должны купить ресурсы, которые понадобятся им в дальнейшем. С помощью полученных ресурсов они должны построить конструкцию, которая позволит бросить яйцо с высоты человеческого роста так, чтобы оно не разбилось.</p> <p><i>Ресурсы</i> Первоначальный капитал: 5000 алтын. Стоимость ресурсов: 1 м скотч – 1000 алтын, файл для хранения бумажных документов – 800 алтын, пластиковая трубочка – 300 алтын, канцелярская резинка – 100 алтын.</p> <p><i>Деление группы</i> Группы по 4-5 человек. Постарайтесь сформировать группы с разным набором компетенций у каждого участника команды.</p> <p><i>Ход игры</i> 1. Выдайте каждой команде виртуальные 5000 алтын в виде нарисованных банкнот, на которые они смогут купить ресурсы (или просто озвучьте, что у них есть 5000 алтын, которые они могут потратить). Объясните ученикам, что они должны посоветоваться, чтобы решить, какие ресурсы им понадобятся – 7 минут. 3. Теперь каждая команда должна выбрать одного из своих участников, который перейдет в другую команду игроков. Так в каждой команде окажется новый игрок, что позволит ученикам пересмотреть один из важнейших ресурсов любого производства – человеческий капитал – 3 минуты. 4. Теперь ученики могут приступать к построению своей конструкции. Не помогайте им во время строительства конструкции. Если ученики выберут положить яйцо в файл, это поможет вам избежать беспорядка в классной комнате. Если они используют другой подход, подумайте, как вы можете предотвратить загрязнение пола в результате игры – 10 минут. 5. После того как их конструкции с яйцами будут готовы, вы должны будете бросить конструкцию каждой команды с высоты своего роста – 5 минут.</p>	<p>Дуйсеханов, С.А. Щеглов, Д.Ханин, А.А. Сейтенова</p> <p>Ресурсы для каждой команды: одно яйцо, 5000 алтын (виртуальных, также деньги могут быть представлены в виде нарисованных банкнот определённого номинала), ресурсы на выбор: скотч, прозрачный файл для хранения бумажных документов, пластиковые трубочки для напитков, канцелярские резинки.</p>
<p>Конец урока 10 мин</p>	<p>Если вы справились с задачей – поздравляем вас! Вы – отличная команда, и успех – плод вашей сплоченности и умелого использования всех имеющихся ресурсов. Если же ваше яйцо разбилось – не расстраивайтесь и подумайте над тем, какие выводы вы можете извлечь из игры. В чем была ваша ошибка? Как бы вы могли ее исправить, будь у вас второй шанс? Организовали бы вы свою командную работу иначе? Задайте ученикам вопросы из учебника.</p>	

	<p>1. Как вы думаете, что олицетворяет яйцо и 5000 алтын, которые я вам выдал(а)?</p> <p>2. Подумайте, имело ли значение в процессе игры то, какими именно компетенциями обладал каждый из участников вашей команды. Как вы думаете, зачем во время игры вы поменялись игроками в командах? Какой вывод вы сделали из этого?</p> <p>3. Подведите итог занятия: какие выводы вы сделали из задания?</p> <p>4. Сможете ли вы использовать полученные выводы в дальнейшем? Как?</p>	
Рефлексия	<p style="text-align: center;">Рефлексия</p> <p style="text-align: center;">«Чемодан, мясорубка, корзина.»</p>  <p style="text-align: center;">Чемодан – всё, что пригодится в дальнейшем. Мясорубка – информацию переработать. Корзина – всё выбросить.</p> <p style="text-align: center;"><i>Выбери как поступить с информацией, полученной на уроке.</i></p>	
Дифференциация – каким образом Вы планируете оказать больше поддержки? Какие задачи Вы планируете поставить перед более способными учащимися?	Оценивание – как Вы планируете проверить уровень усвоения материала учащимися?	Здоровье и соблюдение техники безопасности
Объединение детей с разными способностями в команды. Групповые задания, индивидуальные задания, взаимооценивание.	<p>ФО «Аплодисменты», Самооценивание, взаимооценивание в парах, коллективное оценивание.</p> <p>Результаты наблюдения учителем качества ответов учащихся на уроке.</p>	<p><i>Здоровьесберегающие технологии.</i></p> <p><i>Используемые физминутки и активные виды деятельности.</i></p> <p><i>Пункты, применяемые из Правил техники безопасности на данном уроке.</i></p>

План урока

Раздел «Стартап-акселератор»	Школа:	
Дата:	ФИО учителя:	
11 класс	Количество присутствующих:	Количество отсутствующих:
Тема урока	Каналы прибыли в стартапах	
Учебные цели	<p>11.1.7.1 понимать сущность каналов прибыли, АВ-теста;</p> <p>11.1.7.2 анализировать структуру доходов;</p> <p>11.1.7.3 применять АВ-тест в целях анализа в учебно-игровых ситуациях</p>	

Цель урока	<ul style="list-style-type: none"> - Знать, что такое А/Б тестирование - Применять А/Б тестирование в своем стартапе 	
Критерии оценивания	<ul style="list-style-type: none"> - Знает, что такое А/Б тестирование - Умеет применять А/Б тестирование 	
Языковые задачи	<p>Лексика и терминология: Учащиеся дадут определения понятиям: А/Б тестирование Словосочетания для составления диалога: <i>Чтобы провести А/Б тестирование, нужно...</i></p>	
Привитие ценностей	<p>Ценности, основанные на национальной идее «Мәңгілік ел» и «Рухани жаңғыру»: казахстанский патриотизм и гражданская ответственность; открытость сознания, прагматизм, уважение; сотрудничество; труд и творчество; образование в течение всей жизни; конкурентоспособность. Во время урока учащиеся будут учиться слушать друг друга и уважать мнение других учеников; делать самостоятельные выводы; соотносить полученные знания со своей действительностью; работать в команде.</p>	
Межпредметная связь	<p>Литература: умение строить высказывание. Самопознание: проявление взаимоуважения, лидерских качеств, и пр. Дизайн-мышление. Экономика. Финансы. Управление. Маркетинг.</p>	
Использование ИКТ	<p>Использование интерактивной доски и интернет ресурсов.</p>	
Предыдущие темы	<p>Канва бизнес-модели, определение ключевой ценности. Структура бизнес-плана. Маркетинг в стартап-проектах.</p>	
Этапы урока	<i>Ход урока</i>	Ресурсы
Начало урока 5мин 10 мин	<p>Учитель приветствует учеников и сообщает, что на данном уроке они завершают четверть и подводят итоги по бизнес-модели, которую в течение четверти учащиеся прорабатывали и дорабатывали совместно в группах и с ментором. Настала пора протестировать свои идеи продуктов для продажи каждому сегменту. До этого мы предполагали, какому клиенту и по какой цене решение какой проблемы или предоставление какой услуги будет релевантным. Но нужно теперь «выйти» к клиенту и спросить его напрямую, какой продукт ему интересен. И так, мы должны протестировать свои продукты.</p>	
		Учебник

<p>10 минут</p> <p>Середина урока</p>	<p>Учащиеся знакомятся с разбором примеров и теоретической частью про А/Б тестирование. Основное, что нужно усвоить: А/Б тестирование открывает огромные возможности. И, главное, оно бесплатно позволяет узнать о вкусах и предпочтениях ваших клиентов.</p> <p>Когда речь идет о А/Б тестировании, плохой результат – это тоже хороший результат. По крайней мере, вы узнаете, что версия «А» совсем не нравится вашим клиентам. А может быть, версии «А» и «Б» вместе – и разработаете версию «В» или вообще откажетесь от производства товара или услуги, которые никому не нужны, и займетесь чем-то другим.</p> <p>Чтобы провести А/Б тестирование, необходимо 1) сформулировать четкую гипотезу и 2) выбрать оценочные показатели успеха. Здесь нужно обсудить с учащимися, какие показатели они могут взять для своих стартапов. Какие преимущества дает тестирование? На что оно влияет напрямую?</p> <p>Стоит еще раз подчеркнуть, что А/В тестирование можно применять к любому изменению в операционной деятельности их стартапа, когда нужно сравнить реакцию пользователей на ситуацию «до» и «после» внесения изменений.</p> <p>Подведите итоги первой четверти. Для этого предложите учащимся собраться командами и ответить на вопросы задания 1:</p> <p>1) на какой стадии находится сейчас ваш проект, как вам удалось продвинуться в его реализации за эту четверть?</p> <p>2) что говорит вам ментор по поводу вашего проекта? Как вы используете его рекомендации?</p> <p>3) довольны ли вы своими результатами? Что бы вы хотели исправить во второй четверти?</p> <p>Выслушайте все группы, если у других групп будут вопросы, предоставьте им возможность обменяться мнениями.</p>	<p>Учебник</p>
<p>15 минут</p>	<p>Задание 2</p> <p>1) Разработайте, как минимум, два варианта MVP для вашего продукта или услуги.</p> <p>Если вы производите реальный продукт, создайте, как минимум, два вида этого продукта (как варианты с леденцами на палочке и без, которые мы обсуждали). Если вы не можете пока создать сам продукт, создайте два аккаунта в Instagram или нарисуйте два разных плаката, рекламирующих ваш продукт или услугу.</p> <p>2) Вспомните, какие каналы вы определили как основные для своего стартапа, а также аватары своих клиентов и продемонстрируйте им оба варианта вашего продукта через эти каналы.</p> <p>3) Определите критерии, по которым вы будете оценивать успешность или неуспешность версий вашего продукта.</p> <p>Например, у вас купили больше продукта «А», чем «Б»; или вашу страницу в Instagram «А» лайкнули больше раз, чем страницу «Б»; или вам звонили, чтобы узнать о продукте «А» чаще, чем о продукте «Б»; или ваш плакат «А» понравился большему числу пользователей, чем плакат «Б» и т. д.</p> <p>4) Соберите аналитические данные и сделайте вывод о том, какая</p>	<p>Учебник, шаблоны для заполнения</p>

Конец урока	версия продукта больше нравится вашим потенциальным клиентам. Обратите внимание на пункт 3, возможно, можно попросить одну группу озвучить свои критерии и на ее примере еще раз пояснить всем, как это работает.	
Рефлексия	Учащиеся соотносят свои умения с целями: - Я затруднялся (-ась) - Я не понял (-а) - Я узнал (-а), научился (-ась)	
Дифференцированное обучение. Как вы планируете оказывать дополнительную поддержку своим ученикам? Какие задачи вы ставите перед учениками?	Оценивание	Техника безопасности
Наблюдение за учащимися во время обсуждения материала. Учитывать полные и аргументированные ответы учащихся, слабоуспевающие учащиеся должны показать свое знание и понимание материала, а учащиеся с высокой успеваемостью дают независимые полные и аргументированные ответы, а также во время анализа материала приведут больше доказательств. Для расширения знаний учащихся предоставить возможность использовать дополнительные образовательные ресурсы. Осуществляется подбор заданий, ориентированных на ожидаемый результат от конкретного ученика. Предоставляется индивидуальная поддержка учащемуся в подборе учебного материала и ресурсов с учетом индивидуальных способностей учащихся (Теория множественного интеллекта по Гарднеру). Дифференциация может быть использована на любом этапе урока с учетом рационального использования времени.	На уроке организовать самооценивание и взаимооценивание. Учащиеся проводят оценивание по дескрипторам. Учитель также проводит оценивание и дает обратную связь. Дескрипторы: - Понимают суть каналов прибыли, АВ-теста. - Могут анализировать структуру доходов. - Применяют АВ-тест в целях анализа в учебно-игровых ситуациях.	Контроль за безопасностью учащихся во время занятий. Научить учащихся простым правилам, которые помогут сохранить здоровье при выполнении заданий
Рефлексия Достигли ли цели урока/учебных целей? Чему научились сегодня дети? Какой была среда обучения? Состоялось ли дифференцированное обучение? Рационально ли было использовано время? Какие изменения были введены в план и почему?	Вопросы для самопроверки Что такое АВ - тестирование? В чем состоит суть метода? Зачем нужно проводить АВ-тестирование? Как вы можете провести АВ-тестирование для своего стартапа?	

3.3 Рекомендации по выставлению «зачет/ незачет» по предмету «основы предпринимательства и бизнеса»

По предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» суммативное оценивание не проводится. Формативное оценивание проводится с целью

мониторинга учебных достижений обучающихся в ходе изучения предмета и оказания им поддержки в процессе обучения. В конце четверти и учебного года выставляется «зачет» («незачет») [22].

Требования к выставлению зачета по учебному предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» для 10 класса:

1-четверть. *«Предпринимательство как экономическое явление».*

Учащийся:

- Понимает понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо»;
- Знает предмет, цели и задачи предпринимательства;
- Анализирует историю предпринимательства в Республике Казахстан.
- Понимает значение предпринимательства в экономике;
- Знает разницу между микроэкономикой и макроэкономикой;
- Рассматривает предпринимательство как форму самореализации и личной мотивации;
- Оценивает значимость формирования идеи как компетенции предпринимателя;
- Применяет инструменты для формирования бизнес-идей;
- Знает ресурсы и факторы, необходимые для производства товаров и услуг;
- Понимает разницу между ресурсами и факторами, необходимыми для производства товаров и услуг;
- Понимает законы спроса и предложения;
- Знает факторы, влияющие на спрос и предложение;
- Знает законы формирования рыночного равновесия на рынке, дефицита и избытка;
- Понимает эластичность спроса и предложения как процесса адаптации рынка к изменению основных факторов.

2-четверть. *«Предпринимательство в современных условиях».* *Учащийся:*

- Анализирует предпринимательство как экономическое явление;
- Знает факторы развития предпринимательства в современных условиях;
- Различает виды предпринимательской деятельности;
- Понимает роль МСБ в экономике государства, в том числе Казахстана;
- Различает организационно-правовые формы предпринимательства;
- Описывает понятие стартапа;
- Различает стартап и действующий бизнес;
- Понимает географическо-региональную особенность развития предпринимательства в Казахстане;
- Распознает современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане.
- Анализирует прогнозы трендов предпринимательства на будущие периоды времени;
- Описывает примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции;

- Описывает виды конкурентных стратегий и конкурентов;
- Приводит доводы о целесообразности применения ценовой и неценовой конкуренции;

- Понимает сущность и функции цены как экономической категории;
- Описывает структуру ценообразования;
- Понимает сущность ценовой политики;
- Различает ценовые стратегии.

3-четверть. *«Маркетинг в действии»*. *Учащийся:*

- Объясняет понятие и функции маркетинга;
- Различает маркетинговую стратегию продукта и предприятия;
- Понимает состав маркетинг-микса 4P, 4C;
- Различает формат применения 4P, 4C;
- Описывает различия между полевыми и кабинетными исследованиями;
- Применяет методологию полевых и кабинетных исследований;
- Понимает назначение SWOT-анализа;
- Применяет на практике SWOT-анализ при оценке сильных и слабых сторон изучаемого продукта;

- Понимает сущность и принципы сегментации потребителя;
- Определяет потребности определенной целевой аудитории;
- Знает основные составляющие бренда;
- Различает описательную и творческую плоскость бренда;
- Применяет полученные навыки для описания платформы бренда;
- Различает комплекс маркетинговых коммуникаций ATL, BTL;
- Составляет план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством ATL, BTL.

- Понимает сущность цифрового маркетинга;
- Составляет план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством цифрового маркетинга.

4-четверть. *«Дизайн-мышление»*. *Учащийся:*

- Понимает сущность дизайн-мышления; понимает, где возможно применить навыки дизайн-мышления;

- Сравнивает преимущества подходов дизайн-мышления по сравнению с традиционными способами поиска бизнес-идей и организации бизнес-процессов;

- Умеет определять группы пользователей, которых затронет проект, прямо или косвенно;

- Понимает принципы эмпатии и умеет применять их на практике;

- Умеет составлять интервью и правильно организовывать последовательность вопросов в нем;

- Умеет обозначать и описывать проблему;

- Определяет наиболее значимые выводы, полученные из интервью;

- Выделяет важные фрагменты информации и эффективно оформляет их для дальнейшего использования;

- Группирует полученную во время интервью информацию;

- Понимает принципы и необходимость брейнсторминга;
- Знает правила проведения брейнсторминга и умеет соблюдать их;
- Знает и следует этапам брейнсторминга, систематизирует высказанные идеи и выбирает наиболее перспективные;
- Понимает и объясняет принципы прототипирования;
- Знает и умеет пользоваться основными методами прототипирования;
- Понимает значимость тестирования для дизайна, ориентированного на человека;
- Осознает значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже развить эмпатию;
- Оценивает возможности применения полученных идей на практике;
- Понимает принципы сторителлинга для описания процесса проделанной работы;
- Анализирует все знания, полученные во время работы с дизайн-мышлением, делает выводы и аргументирует, будет ли он применять данные принципы в дальнейшем.

Требования к выставлению зачета по учебному предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» для 11 класса:

1-четверть. «*Стартап акселератор (1)*». Учащийся:

- Понимает сущность и значение питчинга для предпринимателя (стартапера);
- Применяет навыки питчинга для транслирования собственных идей;
- Распределяет роли между членами команды;
- Применяет навыки ораторского мастерства для привлечения необходимых людей в команду;
- Описывает понятие бизнес-модели;
- Понимает структуру канвы бизнес-модели и бизнес-плана;
- Применяет навыки формирования ключевой ценности для собственной идеи стартапа;
- Понимает значение маркетинга для стартап-проекта;
- Анализирует емкость рынка, сегменты потребителей и их потребности;
- Понимает принцип минимально жизнеспособного продукта MVP;
- Принимает решения о реализации минимального продукта в собственном стартапе;
- Отвечает на вопрос «Каким образом» (посредством каких каналов) будет донесена ценность до потребителя?»;
- Объясняет выбор в пользу тех или иных каналов коммуникаций;
- Различает понятия «потребительская и покупательская лояльность»;
- Формирует стратегию взаимоотношений с потребителями через каналы коммуникации;
- Понимает сущность каналов прибыли, АВ-теста;
- Анализирует структуру доходов;
- Применяет АВ-тест в целях анализа.

2-четверть. «*Стартап акселератор (2)*». Учащийся:

- Понимает сущность и значимость ресурсов в стартапах;
- Различает бизнес-ресурсы, интеллектуальные, материальные, финансовые и человеческие ресурсы;
- Описывает понятие налогов и их значение для государства;
- Различает особенности налоговых режимов;
- Понимает сущность и значение партнерства и аутсорса для стартапов;
- Описывает принципы партнерства;
- Применяет навыки для формирования списков партнеров для своего проекта;
- Понимает сущность операционной деятельности;
- Применяет навык определения операционной деятельности для своего стартапа;
- Понимает структуру расходов;
- Анализирует структуру расходов и доходов стартап-проекта;
- Понимает инвестиционную привлекательность стартап-проекта;
- Применяет навыки ораторского мастерства (питчинга) для привлечения внимания предполагаемых инвесторов.

3-четверть. *«Самопродвижение предпринимателя»*. Учащийся:

- Понимает сущность бюджета, активов и пассивов;
- Различает доходы и расходы;
- Различает двухуровневую банковскую систему РК;
- Понимает сущность депозитов и кредитования;
- Понимает инфляцию как фактор влияния на кредитную и депозитную ставку;
- Применяет навыки расчета депозитной и кредитной ставки;
- Описывает систему мировых денежных единиц,
- Различает наличный и безналичный расчет;
- Знает механизм работы фондового рынка;
- Знает влияние экономических циклов на фондовый рынок;
- Определяет разницу между видами ценных бумаг;
- Понимает основы управления личным бюджетом;
- Применяет инструменты управления личным бюджетом;
- Понимает сущность и состав понятия самопродвижения и личного брендинга;
- Определяет разницу между компетентностью и квалификацией;
- Применяет навыки составления собственного резюме;
- Применяет навыки самопродвижения при устройстве на работу;
- Понимает значимость доверительных и долгосрочных отношений людьми и взаимопомощи;
- Описывает собственное видение возможности использования потенциала профессионального взаимодействия для решения собственных задач;
- Понимает значение переговоров для предпринимателя;

- Применяет навыки переговоров при взаимодействии с другими учащимися;
- Понимает сущность и назначение эмоционального интеллекта;
- Анализирует возможности достижения собственных целей посредством управления эмоциональным интеллектом;
- Понимает сущность и назначение тайм-менеджмента;
- Применяет навыки управления временем в целях повышения личной эффективности.

4-четверть. *«Стратегия развития». Учащийся:*

- Понимает сущность масштабирования бизнеса;
- Анализирует прогнозы развития рынка;
- Понимает сущность базовых стратегий развития;
- Понимает сущность экономического роста, ВВП, ВНП;
- Различает интенсивный и экстенсивный способы развития бизнеса;
- Понимает сущность и состав управления качеством;
- Описывает принцип Кайдзен;
- Понимает сущность и значимость международного бизнеса;
- Синтезирует факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки;
- Знает комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав потребителей;
- Различает организации защиты прав потребителей;
- Применяет навыки защиты прав потребителей через учебно-игровые ситуации;
- Знает комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав предпринимателей;
- Различает организации защиты прав предпринимателей;
- Описывает институты поддержки бизнеса и предпринимательства;
- Понимает виды государственной поддержки МСБ;
- Применяет навыки защиты прав предпринимательской деятельности;
- Различает экономические, юридические, социальные, экологические, этические виды ответственности предпринимателя;
- Понимает сущность целеполагания;
- Применяет инструменты целеполагания для эффективной постановки целей;
- Формирует личную стратегию карьеры через постановку правильных целей;
- Презентует личную стратегию жизни с использованием навыков ораторского мастерства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня, как известно, в рамках обновленной образовательной программы, наряду с обучением школьников, важно ориентирование личности на профессию, адаптация к быстро меняющейся общественной жизни.

Задача предмета «Основы предпринимательства и бизнеса», реализуемого в соответствии с обновленной образовательной программой, состоит в повышении финансовой грамотности учащихся и подготовке личности, способной мыслить, создавать идеи, решать реальные жизненные ситуации, приносить пользу себе, семье, обществу. Учебный предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» предусматривает ознакомление с основными понятиями предпринимательской деятельности, развитие профессиональных компетенций у учащегося, а также создание и эффективное управление собственным бизнесом в будущем.

При изучении предмета эффективно использовать современные методы и технологии обучения предпринимательству. В первом разделе «Особенности учебной программы обновленного содержания по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса»» в методической рекомендации проведен обзор развития предпринимательства в Казахстане, изучив проблемы развития предпринимательства в ряде зарубежных стран, и вовлечения молодежи в предпринимательство, а также программы обучения предпринимательству в их школах. Рассмотрена специфика программы предмета «Основы предпринимательства и бизнеса». Процесс обучения ориентирован на реальный опыт.

Во втором разделе «Формы и методы организации обучения предмета «Основы предпринимательства и бизнеса»» представлены методические рекомендации, которые учитель может использовать в учебном процессе. Обучающие технологии, задания, упражнения, игры и кейсы, способствующие умению анализировать и решать реальные жизненные ситуации, повышают активность и жизненную мотивацию учащихся. Предложенные кейсы взяты из реальной жизни, и пути их решения заданы вопросы, ведущие учащихся к творческому мышлению. Предложенный в этой главе метод геймификации, метод проектов, широкое применение методов STEM-образования и TAMS не только облегчают понимание материала, но и адаптируют его к формированию у учащихся жизненных навыков в решении реальных ситуаций.

Краткосрочные планы уроков и требования к постановке зачетов, изложенные в третьей главе методической рекомендации, представлены в качестве непосредственной методической помощи учителям. В данной методической рекомендации учителям представлены особенности содержания учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» и пути решения кейсов, направляющих учащихся на дальнейшую профессиональную ориентацию, рекомендации, которыми они руководствуются при организации реальной деятельности методом геймификации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хизрич Р. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. – Предприниматель и предпринимательство. – М.: Прогресс, 1991 г.
2. «Казахстан в новой реальности: время действий» Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана. 1 сентября 2020 г.
3. Основы предпринимательства и бизнеса: 11-класс. Методическое пособие Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов– Алматы:«Көкжиек-Горизонт», 2020 г.- 267 с.;
4. Основы предпринимательства и бизнеса: учебник для 10 класса. 1-2 часть/Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы:«Көкжиек-Горизонт», 2019 г.- 1 часть - 144 с., 2-часть – 192 с.
5. Основы предпринимательства и бизнеса: методическое пособие для для класса. /Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Сейтенова. – Алматы:«Көкжиек-Горизонт», 2019 г.- 192 с.
6. Урванцева С.Е., Александрова И.С.Обучение основам предпринимательства в зарубежных школах // - М:Мектептегі экономика 2008 г.
7. ДонниЭбенштейн. «Силаэмпатии». «Designers — think big!».Тим Браун на TED Talks.«Virtual crash course» от d.school Стэнфордского университета. 2014 г.
8. Д.В.Акимов., О.В.Дичева. - Лекции по экономике: Профильный уровень. М.: 2008 г.
9. Максимов В.П. Учебно-предпринимательская деятельность школьников // пед.наука Дисс–Брянск, 2004 г.
- 10.Котлер Ф. Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии. – СПб.: Нева, 2004. 192 с.
- 11.Основы предпринимательства и бизнеса: учебник для 11 класса. 1-2 часть/Е. С. Дуйсенханов, С. А. Щеглов, Д. Ханин, А. А. Гуляева. – Алматы: «Көкжиек-Горизонт», 2020 г.-1 часть-181 с., 2-часть-252 с.
- 12.Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 290 с.
- 13.Мартин Томич. «Придумай. Сделай. Сломай. Повтори. Настольная книга приемов и методов дизайн-мышления». М: Изд.Манн, Иванов и Фербер, 2019 г.
- 14.Бланк С., Дорф Б. Стартап. Настольная книга основателя. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 615 с.
- 15.Б. З. Зельдович. Методическое пособия «Деловые игры в управлении полиграфическими и издательскими процессами», МГУП, 2011с
- 16.Галло К. Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 225 с.
- 17.«STEM-развитие образования в мире и Казахстане» Образованная страна №20(57), 25.10.2016 г.
- 18.Тим Браун. «Дизайн-мышление в бизнесе». Жанна Лидтка, Тим Огилви.

«Думай как дизайнер. Дизайн-мышление для менеджеров». М: Изд. Манн, Иванов и Фербер, 2014 г.

19.Кови С. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 375 б.

20.Трейси Б. Выйди из зоны личного комфорта. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 144 г.

21.Гений А. Высокоэффективный тайм-менеджмент по Матрице Эйзенхауэра. – М.: АСТ, 2016. – 320 с.

22.Об особенностях Учебного процесса в организациях образования республики Казахстан в 2020-2021 учебном году. Инструктивно-методическое письмо. Нур-Султан 2021г

23.Оксана Мороз «Дизайн-мышление.». Лаборатория Wonderfull. «Пост Наука» 2019 с

24.Вэнс Э., Илон М. Tesla, SpaceX и дорога в будущее. – М.: Олимп-Бизнес, 2018. – 480 с.

25.Гений А. Высокоэффективный тайм-менеджмент по Матрице Эйзенхауэра. – М.: АСТ, 2016. – 320 с.

26.Гильбо К. Стартап за \$100. – М.: Миф, Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 241 с.

27.Дотлих Д. Тёмная сторона силы. Модели поведения руководителей, которые могут стоять карьеры и бизнеса. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 192 с.

28.Кавасаки Г. Стартап. – М.: Альпина бизнес Букс, 2010. – 350 с.

29.Кодекс Республики Казахстан о здоровье народа и системе здравоохранения от 18 сентября 2009 года № 193-IV.

30.Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» от 25 декабря 2017 года № 120-VI ЗРК.

31.Кэтлин К., Мэтьюс Дж. Управление стартапом. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. 173 с.

32.Михайловиц М. Стартап без бюджета. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 200 с.

33.Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 290 с.

34.Солодар М. Воронка продаж в интернете. Инструмент автоматизации продаж и повышения среднего чека в бизнесе. – М.: Эксмо, 2018. – 180 с.

35. Предпринимательский кодекс Республики Казахстан Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК

ПРИЛОЖЕНИЕ

Проектной группой НПП «Атамекен» проводится информационно-методологическое сопровождение учителей ведущих предмет «Основы предпринимательства и бизнеса». Созданы региональные чаты WhatsApp, телеграмм-чат и телеграмм-канал для обратной связи (ответов на наиболее часто задаваемых вопросов) по сопровождению преподавателей. Регулярно проводятся вебинары для учителей и гостевые лекции с успешными предпринимателями.

Создана образовательная платформа «Atameken Academy» для предоставления бесплатных знаний для предпринимателей. На онлайн-платформе *atameken.co* для учеников и преподавателей подготовлены видеоуроки и дополнительные материалы по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса», также разработаны краткосрочные планы по всем урокам на казахском и русском языках для 10-класса и для 11 класса по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» и выложены на сайте *atameken.co*. Разрабатывается контент и задания по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» для 10-11-классов на образовательной платформе BilimLand (onlinemekter.org).

С 15 марта по 30 апреля 2020 года проведен республиканский онлайн конкурс стартапов «Atameken Stars» организованной НПП «Атамекен» для учеников изучающих предмет «Основы предпринимательства и бизнеса» на образовательной платформе Atameken Academy. Участники прошли онлайн-курсы интерактивных видео-уроков по основам предпринимательства для школьников и презентовали свои бизнес-идеи всему сообществу Atameken Academy на сайте *atameken.co*. По результатам конкурса из поданных 500 проектов самым лучшим ТОП-3 проектам присвоены призовые места с денежными призами:

1-место, 150 000 тенге – ученики лицея №9 Жунисова Айдана и Айтбаева Роза из г. Темиртау Карагандинской области с групповым проектом «Теплица в школьном дворе»;

2-место, 100 000 тенге – ученик специализированного лицея «Дарын» №82 Байшурин Нурбахыт, ученик физико-технического лицея №73 Тлеутаев Бексултан и ученик школы-гимназии №3Ақтан Рамазан из г.Нур-Султан с групповым проектом «Rebellion Streetwear бренд молодежной одежды»;

3-место, 50 000 тенге – ученикшколы лицея №6 Балбердинов Азамат из Бурлинского района, г. Аксай, Западно-Казахстанской области с проектом «Tiramisu домашние кондитерские изделия в европейском стиле».

Также, за подготовку учеников и предоставлении большого количества проектов с одной школы, самые активные ТОП-3 учителя награждены грамотами и призовыми ноутбуками: Думанов Николай Федорович, г.Алматы, КГУ «Казахстанско-Российская специализированная школа-лицей № 54 им. И.В.Панфилова»; Омарова Зауреш Бакірқызы, Кызылординская область, с.Жанакорган, школа №163; Шайхсламова Сауле Курманбековна, Кызылординская область, г.Кызылорда, Школа -гимназия №9. А также, ТОП-30

проектов награждены грамотами и все участники подавшие свои проекты получили сертификаты об успешном прохождении онлайн-курса «Основы предпринимательства для школьников», а также за активное участие в конкурсе.

С результатами конкурса можно ознакомиться на сайте *atameken.co*. С 1 ноября 2020 года стартовал онлайн бизнес инкубатор «Ozgeris» на образовательной платформе «Atameken Academy». Целью программы является стимулирование активности школьников в сфере предпринимательства через организацию онлайн бизнес инкубатора на территории РК, для вовлечения молодых людей в предпринимательскую деятельность.

Задачи программы:

- популяризация предпринимательской деятельности среди школьников,
- формирование предпринимательской среды;
- массовое вовлечение школьников и учителей в изучение основ предпринимательской деятельности;
- отбор перспективных предпринимательских идей;
- профильное обучение, приобретение школьниками навыков ведения бизнеса;
- создание механизмов, позволяющих преодолевать высокие издержки выхода на рынок (ресурсное обеспечение реализации бизнес-проектов участников Программы);
- поддержка начинающих молодых предпринимателей.

Участники онлайн бизнес инкубатора «Ozgeris» получают возможность:

- пройти обучение по авторскому образовательному курсу для действующих и потенциальных предпринимателей,
- показать презентацию своих бизнес-идей сообществу «Atameken Academy» (менторам и предпринимателям),
- посетить онлайн мастер-классы и бизнес-игры,
- пройти инкубацию проектов от идеи до первых продаж.

В программе могут принять участие школьники старших классов или молодые ребята в возрасте от 15-20 лет, проживающие или проходящие обучение на территории Республики Казахстан.

Общие требования к участникам онлайн бизнес инкубатора «Ozgeris»:

- возраст от 15 до 20 лет включительно;
- наличие бизнес-идеи;
- наличие средств передачи информации (личная электронная почта и мобильная связь, доступ в интернет, доступ к пользованию компьютером);
- желание и готовность к прохождению всех этапов онлайн бизнес инкубатора;
- согласие на обработку и хранение персональных данных.

Целевые группы участников программы являются школьники и студенты колледжей с бизнес идеей, имеющие значительные потребности в

консультационном сопровождении для составления бизнес-плана, получения финансирования, регистрации и организации бизнеса.

Условия участия в онлайн бизнес инкубаторе «Ozgeris»:

1. Зарегистрироваться и пройти курс «Как найти и протестировать бизнес

идею» на сайте atameken.co

2. Подать заявку на участие в бизнес инкубаторе на сайте

<https://atameken.co/ru/ozgeris>.

3. Лучшие проекты будут отобраны и попадут в следующий этап закрытый

бизнес-инкубатор, и получают возможность финансирования.

Для мотивации и повышения интереса к изучению основ предпринимательства в 2021 году планируется провести онлайн-конкурс стартап-проектов, республиканскую предметную олимпиаду и летний предпринимательский лагерь для учеников общеобразовательных школ. На 2021 год планируется проведение курсов повышения квалификации педагогов по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса» в количестве 1500 учителей.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	125
1. ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ОБНОВЛЕННОГО СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ПРЕДМЕТУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» (10-11 КЛАССЫ)	126
1.1 Особенности изучения учебной программы обновленного содержания образования по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса»	126
1.2 Особенности обучения основам предпринимательства в зарубежных школах	143
2. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРЕДМЕТУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА»	156
2.1 Использование технологии обучения в преподавания предмета «Основы предпринимательства и бизнеса»	156
2.2 Существующие подходы к обучению предпринимательству	159
2.3 Некоторые действующие зарубежные программы и подходы к обучению предпринимательству	160
2.4 Проведение уроков на основе метода бизнес-кейсов	165
2.5 Особенности применения метода геймификации в учебном процессе	188
2.6 STEM-образование в преподавании предмета «Основы предпринимательства и бизнеса»	200
2.7 Описание метода дизайн мышления и SWOT-анализ в предпринимательстве	201
3 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ КРАТКОСРОЧНЫХ ПЛАНОВ И ПО ВЫСТАВЛЕНИЮ «ЗАЧЕТ/НЕЗАЧЕТ» ПО ПРЕДМЕТУ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА»	205
3.1 Методические рекомендации по разработке краткосрочных планов	205
3.2 Примеры краткосрочных планов по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса»	207
3.3 Рекомендации по выставлению «зачет/ незачет» по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса»	233
Заключение	239
Список использованной литературы	240
Приложение	242

**БІЛІМ БЕРУ МАЗМҰНЫ ЖАҢАРТЫЛҒАН ОҚУ БАҒДАРЛАМАСЫМЕН
«КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ БИЗНЕС НЕГІЗДЕРІ» ОҚУ ПӘНІН
(10-11-СЫНЫПТАРДА) ОҚЫТУ БОЙЫНША
ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫМДАР**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» (10-11 КЛАССЫ)
ПО ПРОГРАММАМ ОБНОВЛЕННОГО СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Басуға 18.11.2020. ж. қол қойылды. Пішімі 60×84 1/16.
Қағазы офсеттік. Офсеттік басылыс.
Қаріп түрі «Times New Roman». Шартты баспа табағы 14.

Подписано в печать 18.11.2020. Формат 60×84 1/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Шрифт Times New Roman. Усл. п.л. 14.