

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СРЕДНЯЯ ШКОЛА № 43»
ПЕТРОПАВЛОВСК – КАМЧАТСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА**

РАССМОТРЕНО
Кафедра МСУП



О.Н. Каллина
Протокол №1
от «28» августа 2023 г.

СОГЛАСОВАНО
Методический Совет



О.М. Резникова
Протокол №1
от «29» августа 2023 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор



О.М. Резникова
от «30» августа 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**элективного курса для 10 класса
«Предпринимательство»**

Класс 10А

Составитель: Резникова О.М.

2023-2024год

Пояснительная записка

Бизнес – это один из важнейших базовых элементов рыночной экономики. Особое место в структуре бизнеса имеет малый бизнес. Такой бизнес часто возникает как ответ на нерешённые проблемы в конкретном регионе, городе. Он аккумулирует энергию инициативных самостоятельных членов общества, создавая тем самым новый (или уже известный, но необходимый именно в этом месте) продукт или оказывая важную услугу. Создание малых бизнес-предприятий отчасти решает проблему безработицы, увеличивает объём производимых товаров и услуг и в целом развивает экономику страны. Сегодня количество самозанятых, малых предприятий бизнеса значительно увеличивается. Специальные психологические и педагогические исследования показывают, что многие умения, необходимые для создания и управления бизнесом, лучше всего формируются именно в возрасте 15—18 лет. В первую очередь речь идёт о самоопределении обучающихся, о том, чтобы в учебной (а лучше всего в игровой, проектной) форме они приобрели опыт самостоятельного ведения дел, могли брать на себя ответственность, научились оценивать риски, разрабатывать альтернативы решения проблем, познакомились с основными видами деятельности предпринимателя. В ходе учебной деятельности, организованной в форме моделирования простейших бизнес-ситуаций, у обучающихся формируется мотивация к дальнейшему изучению этой сферы деятельности, и тогда выбор своей будущей профессии они делают осознанно. Обучающиеся, которые, попробовав создавать свой бизнес в ходе учебной деятельности, поняли, что такое занятие не для них, тоже получают определённый важный результат. В частности, многие из бывших учеников будут работать наёмными работниками, в том числе и на разнообразных предприятиях бизнеса. Для них тоже немаловажным является понимание того, как именно устроен бизнес, что в этом бизнесе зависит от их труда. У ребят с ОВЗ в данном курсе появляется еще одна возможность защитить свой проект в рамках нацпроекта «Образование». Региональный этап национального чемпионата по профессиональному мастерству среди инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья «Абилимпикс»,

который является частью президентской платформы «Россия – страна возможностей». В этом году было увеличено количество компетенций, в рамках которых могут соревноваться участники. Это компетенция «Предпринимательство».

Содержание курса

Наименование модуля	Содержание
<p>Модуль 1. Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели.</p>	<p>«Потребители и ключевые ценности».</p> <p>Конкурсантам необходимо кратко описать суть своей бизнес-идеи и сегментировать все возможные целевые группы для нее. Корректно определить сегмент каждой целевой группы. Корректно описать целевые группы не менее чем по 5-х критериям сегментации Филиппа Котлера. Постараться максимально подробно и полно обосновать выбор целевых групп, основываясь на релевантных исследованиях рынка и потребителей. Конкурсант должен понимать различия между потребителями и покупателями и разделять их, либо обосновывать иное. Также необходимо описать релевантные выбранной бизнес-идее и целевой аудитории ценностные предложения. Ценностное предложение создает преимущества для конкретного потребительского сегмента за счет определенного сочетания элементов, отвечающего требованиям этого сегмента. Преимущества могут быть количественными (такие как цена, скорость обслуживания, производительность, уменьшение расходов) или качественными (например, дизайн, новизна, бренд, удобство применения, доступность).</p> <p>«Каналы сбыта».</p> <p>Взаимодействие с потребительскими сегментами и доносят до них свои ценностные предложения. Конкурсантам необходимо корректно определить и описать уровни каналов сбыта для каждого типа продукта/услуги компании и подробно описать этапы взаимодействия с ними, раскрывая маркетинговую составляющую проекта.</p> <p>«Взаимоотношения с клиентом».</p> <p>Описание типов отношений, которые устанавливаются у компании с отдельными потребительскими сегментами. Типы отношений напрямую связаны с ключевыми ценностями целевых групп и УТП бизнеса. Конкурсант должен четко определить, какой тип взаимоотношений она хочет установить с каждым из потребительских сегментов (персональная поддержка, особая персональная поддержка,</p>

	<p>самообслуживание, автоматизированное обслуживание, сообщества, совместное создание) и раскрыть их содержание на примере своего проекта. Можно выделить несколько типов взаимоотношений с клиентами, существующих</p> <p>в рамках отношений компании с каждым потребительским сегментом. Кроме того, необходимо описать ресурсы, которые потребуются компании для обеспечения выбранных типов взаимоотношений.</p> <p>«Потоки доходов». Конкурсантам необходимо определить модель монетизации (продажа активов, плата за использование, подписка, аренда, лицензия, франшиза, реклама и т д...) для каждого товара/услуги. Определить стратегию ценообразования, оптимальную для выбранной бизнес идеи и ключевых ценностей потребителей с одной стороны, и соответствующую рыночной ситуации, с другой. Установить цены для каждого товара/услуги в соответствии с выбранной стратегией ценообразования. Провести конкурентный анализ рынка, описав приоритетные для бизнеса и покупателей характеристики не менее чем 3-х конкурентов. Корректно определить прямых и косвенных конкурентов.</p>
<p>Модуль 2. Проработка</p> <p>разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры» «Структура издержек» бизнес-модели.</p>	<p>«Ключевые ресурсы».</p> <p>Ключевые ресурсы могут быть материальными, финансовыми, информационными или трудовыми (персонал). Компания может быть собственником этих ресурсов, брать их в наем или же получать от ключевых партнеров. Конкурсантам необходимо подробно и полно определить все необходимые ресурсы для реализации своего проекта, указав требуемое количество.</p> <p>«Ключевые виды деятельности».</p> <p>Раздел описывает действия компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели. Каждая бизнес-модель включает определенное число ключевых видов деятельности. Это самые важные действия компании, без которых ее успешная работа невозможна. Ключевые виды деятельности, как и ключевые ресурсы, – обязательный компонент процесса создания и реализации ценностных предложений, выхода на рынок, поддержания взаимоотношений с клиентами и получения доходов. Конкурсантам необходимо определить оптимальную организационно-правовую форму для своего бизнес-проекта. Максимально подробно описать последовательность действий и сроки по организации запуска бизнес-проекта. Определить и описать состав ключевых управляющих, операционных и</p>

	<p>поддерживающих бизнес-процессов для успешного и бесперебойного функционирования проекта.</p> <p>«Ключевые партнеры».</p> <p>Раздел описывает сеть поставщиков и партнеров, благодаря которым функционирует бизнес-модель. Компании строят партнерские отношения с разными целями, и они становятся основой многих бизнес-моделей. Фирмы создают партнерские союзы, чтобы оптимизировать свои бизнес-модели, снизить риски или получить ресурсы. Конкурсантам необходимо учесть всех партнеров бизнес-модели, с учетом ранее представленных данных, перечислить, какие ресурсы получает бизнес от каждого партнера и какой бизнес-процесс они обеспечивают.</p> <p>«Структура издержек».</p> <p>Структура издержек – это расходы, связанные с функционированием бизнес модели. Создание и воплощение ценностных предложений, поддержание взаимоотношений с клиентами, получение прибыли – все эти процессы связаны с</p> <p>какими-либо издержками. Расходы достаточно легко подсчитать, если вы точно определили ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности и ключевых партнеров. Конкурсантам необходимо определить оптимальную систему налогообложения, перечислить все постоянные, переменные и едино-разовые расходы на реализацию бизнес-идеи, с указанием частоты выплат/количеством и суммами затрат. Подвести итоговый бюджет инвестиций для проекта и обосновать выбор реалистичных источников финансирования.</p>
<p>Модуль 3. Презентация бизнес-модели.</p>	<p>Соблюдение временного регламента является существенным, так как презентация будет остановлена, если участник выйдет за предложенные временные рамки.</p>

Предприниматели самостоятельно обеспечивают свой доход от продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, а также создают рабочие места для других людей. Предприниматель – это всегда новатор, он должен мыслить креативно, уметь брать на себя ответственность, рисковать и вдохновлять окружающих. Компетенция «Предпринимательство» применима во множестве видов деятельности. В связи с этим она особенно привлекательна в условиях изменчивости рынка труда и для людей, испытывающих сложности с трудоустройством.

Календарно-тематическое планирование

Предмет	Класс	Вариант
Предпринимательство	10	1
Раздел	Описание раздела	Тема урока
	1	Бизнес и предпринимательство
	2	Истоки бизнеса в России. Предпринимательский риск.
	3	Индивидуально-правовые формы предпринимательства. Индивидуальное предприятие
	4	Товарищество и общество
	5	Полное товарищество и командитное
	6	Акционерное общество
	7	Производственный кооператив. Унитарные предприятия
	8	Франчайзинг
	9	Предпринимательская идея
	10	Что? Для кого? Как?
	11	Проект создания собственного дела
	12	Конкуренты
	13	Затраты предпринимателя
	14	Образование прибыли предприятия
	15	Источники финансирования предприятия
	16	Основные показатели деятельности предприятия
	17	Основы бухгалтерского учета
	18	Анализ маркетинговой среды
	19	Поведение потребителя на рынке
	20	Политика ценообразования
	21	Распространение товаров и услуг
	22	Продвижение товаров и услуг
	23	Управляй эффективно
	24	Подбор персонала
	25	Типы управления персоналом
	26	Мотивация и контроль
	27	Особенности управления коллективом
	28	Оптимизация рабочего времени
	29	Реклама
	30	Планирование
	31	Обобщение по курсу
	32	Экскурсия
	33	Экскурсия
	34	Резерв