Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение

средняя общеобразовательная школа № 323

Невского района Санкт-Петербурга

«Рассмотрено»	«Согласовано»	«Рекомендовано»	«Утверждено»
Руководитель МО	Зам. директора по УВР	к использованию	Директор ГБОУ СОШ №323
Чибров И.В.	И.В. Чибров	Педагогическим советом	_____ Л.А. Флоренкова
Протокол №6	от 13 июня 2024 г.	Протокол №13	Приказ № 58-од
от 13 июня 2024 г.		от 13 июня 2024 г.	от 17 июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебного предмета «Бизнес и экономика»

для обучающихся 10 классов

34 часа

Срок реализации: 1 год

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00D5B4B2A7FE1AC3D94763AB4D7592210B
Владелец: Флоренкова Людмила Александровна
Действителен: с 23.05.2022 до 16.08.2023

Составитель программы:

Соколов Андрей Борисович,

учитель истории и обществознания

Срок реализации:

2024/2025

2024-2025 учебный год

Структура документа

Пояснительная записка 3
Содержание учебного предмета, курса ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Планируемые результаты освоения курса **Ошибка! Закладка не определена.**
Описание учебно-методического комплекса 9
Календарно-тематическое планирование 10

Пояснительная записка

Рабочая программа учебного предмета «Бизнес и экономика» на уровне среднего общего образования составлена на основе требований к результатам освоения ФОП СОО, представленных в ФГОС СОО, а также федеральной рабочей программы воспитания, и подлежит непосредственному применению при реализации обязательной части ФОП СОО.

Целью преподавания курса является формирование у учащихся системы практически ориентированных знаний и навыков в области осуществления хозяйственной деятельности, что должно подготовить их к самостоятельной предпринимательской деятельности и помочь избежать при этом наиболее типичных ошибок.

Задачи преподавания курса:

• формирование у учащихся систематизированного представления об основах рациональной организации деятельности в области бизнеса;

• осознание ими требований, предъявляемых этим типом деятельности к тем выпускникам школы, которые пожелают выбрать его в качестве сферы своего будущего трудоустройства;

• ознакомление с кругом профессий, которые существуют в сфере бизнеса, и примерным содержанием функций, с которыми сопряжена деятельность специалистов различных профессий в этой сфере;

• воспитание навыков организации элементарной предпринимательской деятельности и понимания процедур и проблем, которые существуют в этой сфере деятельности в России.

Общая характеристика курса

Темы, входящие в разделы курса согласованы с темами, изучающимися в курсах «История», «Обществознание». Курс расширяет знания учащихся, углубляет эти знания и подготавливает их к успешной реализации себя в жизни.

Преимущественно практическая направленность курса диктует необходимость использования различных методических приемов в деятельности. Имеющийся отечественный и зарубежный опыт преподавания позволяет применение следующих способов преподнесения и активизации знаний учащихся с целью формирования у них навыков коммерческого мышления:

1. Проведение установочных занятий (уроков) по темам курса.

2. Домашний разбор публикаций в деловой прессе с целью выработки у учащихся навыков самостоятельного анализа ситуаций, возникающих в сфере бизнеса, и поиска путей их решения.

3. Решение задач на закрепление конкретных прикладных навыков, необходимых предпринимателю.

4. Проведение конкурсов на лучшую идею создания школьной фирмы (лучший бизнес-план).

5. Организация встреч с известными местными предпринимателями, сотрудниками экономических служб местной администрации, представителями налоговой службы.

Преподавание всех тем строится на сочетании исторического и современного материала из отечественной действительности, привлекая в качестве примера информацию о деятельности предпринимателей и фирм зарубежных стран.

Содержание тем учебного курса

Тема 1. Как устроена жизнь

Зачем человечеству нужна экономика. Взаимосвязь экономики и менеджмента. Основные элементы экономической деятельности.

Тема 2. Что хочет потребитель, или кто такие маркетологи

Что такое рынок и как с ним работают маркетологи. За что ответственен маркетолог. Что сулит карьера маркетолога.

Тема 3. Менеджеры: как создать великую фирму

Главные принципы менеджмента. Что должен помнить и за что отвечает менеджер. Какие бывают менеджеры и сколько они зарабатывают в России.

Тема 4. Генеральный директор: генерал от бизнеса

Что такое стратегия бизнеса и как ее выбирают генеральные директора. Кто может стать генеральным директором?

Тема 5. Финансисты — менеджеры денежных потоков

Что такое финансовый менеджмент и почему он так важен в бизнесе. Как финансист смотрит на бизнес. Сколько платят финансовому директору в России.

Тема 6. Бухгалтер — специалист по бизнес-математике

Кто изобрел бухгалтерский учет. Почему бизнес не может жить без бухгалтеров. Какую карьеру можно избрать с бухгалтерским образованием.

Тема 7. Банкиры — владыки мира денег

Как и когда в мире появились банки. Как банкиры управляют денежными потоками. Сколько можно заработать в банковском бизнесе.

Тема 8. Волшебники торговли

Как развивалась торговля и почему без нее не прожить людям. Чем розничная торговля отличается от оптовой. Как сделать карьеру в торговле.

Тема 9. На государевой службе

Как устроено современное государство. Зачем государству налоги и как оно их собирает. Сколько получает министр в России.

Тема 10. Предприниматель — специалист на все руки

Кто такой предприниматель и чем он отличается от менеджера. Почему люди становятся предпринимателями. Зачем предпринимателю бизнес-план.

Тема 11. Экономика — ворота в мир бизнеса

Чем занимаются экономисты. Разумный выбор — как его осуществляют экономисты. Где учат «на экономиста».

Тема 12. Введение в мир менеджмента

Менеджмент как вид управления. История менеджмента как науки управления. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Профессия менеджер. Качества менеджера. Известные менеджеры XX в.

Тема 13. Постановка цели и принятие решений как основы профессии менеджера

Значение цели в менеджменте. Постановка, анализ и формулирование цели. Значение цели в самоменеджменте. Принятие решении. Анализ проблемы и выработка решения. Интуитивный и рационально-логический виды принятия решения. Принятие решения в условиях неопределенности. Риск. Природа и характеристика управленческого решения.

Тема 14. Планирование как основная функция менеджмента

Сущность планирования как функции управления. Этапы планирования. Виды планирования: краткосрочное, среднесрочное, долгосрочное. Принципы и правила планирования личного времени. Принцип Парето.

Тема 15. Мотивация деятельности человека

Мотивация и мотивационный процесс. Концепции мотивации: различные подходы к проблеме. Значение индивидуальных и личностных характеристик человека в процессе мотивации. Самопознание и самооценка как основа для менеджмента.

Тема 16. Роль коммуникаций в системе управления

Общение и коммуникация. Сущность и роль коммуникации в процессе взаимодействия людей. Умение общаться как условие успешного руководства. Конфликты. Причины межличностных конфликтов. Стратегии поведения в конфликте.

Тема 17. Этика и этикет менеджера

Этика менеджера. Деловой, этикет. Культура поведения. Культура речи. Техника телефонного разговора.

Тема 18. Маркетинг: зачем он нужен? Возникновение и эволюция маркетинга

Основные этапы эволюции теории и практики маркетинга. Развитие отечественного маркетинга. Маркетинг в XXI в.

Тема 19. Основные понятия маркетинга. Комплекс маркетинга

Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, рынок, маркетинг. Комплекс маркетинга: товар, цена, распространение товаров, продвижение товаров.

Тема 20. Сегментирование рынка: выбор «своих» потребителей. Позиционирование: создание неповторимого образа товара

Понятие о сегментировании рынка. Критерии сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Создание позиции товара. Стратегии позиционирования.

Тема 21. Сбор и анализ маркетинговой информации. Проведение маркетинговых исследований

Роль информации в маркетинге. Виды маркетинговой информации. Цели и задачи маркетингового исследования. Методы и инструменты исследования. Этапы проведения маркетингового исследования.

Тема 22. Товар: что именно предложить потребителю

Понятие современного товара. Классификация товаров. Формирование ассортиментной политики. Способы обновления и расширения товарного ассортимента. Процесс создания нового товара. Товарные марки, упаковка и маркировка.

Тема 23. Цена: как правильно ее назначить

Понятие цены. Факторы, влияющие на ценообразование. Цели и методы ценно-образования. Система скидок.

Тема 24. Распространение: как доставить товар потребителю

Каналы распространения товаров. Система транспортировки товаров. Основные виды торговых посредников.

Тема 25. Продвижение: как заявить о себе рынку

Комплекс продвижения товаров: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, формирование**.**

Тематический план курса

№	Учебные темы	Количество часов		
		всего	**теория**	**практика**
1	Бизнес	11	8	3
2	Менеджмент	13	8	5
3	Маркетинг	10	5	5
	Всего	**34**	**21**	**13**

Требования к уровню подготовки учащихся

Метапредметные результаты

В результате изучения курса ученик должен:

Овладеть универсальными учебными познавательными действиями:

- *описывать:* менеджмент как синтетическое понятие, функции менеджмента, цели фирмы, стратегию организации;
- *объяснять:* мотивационную структуру поведения людей в организации, сущность коммуникационных процессов;
- *сравнивать/различать:* власть и лидерство, основные фонды и оборотные средства, бухгалтерский и управленческий учет;
- *применять:* формы и методы планирования, алгоритм принятия решений, оптимальные методы постановки и достижения цели;
- *раскрывать на примерах* изученные понятия и теоретические положения маркетинга;
- *осуществлять поиск* маркетинговой информации, представленной в различных знаковых системах (текст, схема, таблица, диаграмма, аудиовизуальный ряд); извлекать из неадаптированных оригинальных текстов (правовых, научно-популярных, публицистических и др.) знания по заданным темам; систематизировать, анализировать и обобщать неупорядоченную маркетинговую информацию; различать в ней факты и мнения, аргументы и выводы;
- *оценивать* действия рыночных субъектов с точки зрения маркетинга;
- *формулировать* на основе приобретенных знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам маркетинга;
- *подготовить* выступление, презентацию, творческую работу по маркетинговой проблематике;
- *применять знания* в процессе решения практических заданий по актуальным проблемам маркетинга, участия в деловых играх, тренингах.

Овладеть универсальными коммуникативными действиями:

- критического восприятия маркетинговой информации;
- оценки собственных экономических действий, поведения других людей, происходящих событий с точки зрения маркетинга;
- успешного выполнения типичных экономических и управленческих ролей;
- решения практических маркетинговых проблем, возникающих в повседневной жизни;
- реализации и защиты прав потребителей и производителей товаров, осознанного выполнения гражданских обязанностей.
- решения практических задач, связанных с жизненными ситуациями;

• совершенствования собственной познавательной деятельности;

• оценки происходящих событий и поведения людей в хозяйственной жизни;

• осуществления самостоятельного поиска, анализа и использования управленческой информации

Овладеть универсальными регулятивными действиями:

• самостоятельно осуществлять познавательную деятельность;

• выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и в жизненных ситуациях;

• самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений;

• давать оценку новым ситуациям, возникающим в познавательной и практической деятельности, в межличностных отношениях;

• делать осознанный выбор стратегий поведения, решений при наличии альтернатив, аргументировать сделанный выбор, брать ответственность за принятое решение.

• оценивать приобретенный опыт;

• способствовать формированию и проявлению широкой эрудиции в разных областях знаний, постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень

Описание учебно-методического комплекса

Программа составлена таким образом, чтобы большую часть знаний, навыков и умений воспитанник получал в результате практической деятельности. Практические занятия - анализ текстов, работа со схемами, составление плана, конспектирование, работа с дополнительными источниками, поиск и отбор материала, подготовка докладов и сообщений, написание сочинений, очерков, будут способствовать формированию устойчивого интереса к изучению родного языка,

Техническую оснащённость курса обеспечивают мультимедийный проектор, компьютер.

Список рекомендуемой учебно-методической литературы.

1. Обществознание, 10 класс /Под. Ред. Л.Н. Боголюбова, А.Ю. Лазебниковой, издательство «Просвещение», 2021.

Календарно-тематическое планирование

10 класс

№	Названия тем	Часов	Дата проведения	
			По плану	По факту
1.	Зачем человечеству нужна экономика	1	1 неделя	
2.	Взаимосвязь экономики и менеджмента	1	2 неделя	
3.	Введение в бизнес	1	3 неделя	
4.	Рынок и маркетологи	1	4 неделя	
5.	Главные принципы менеджмента	1	5 неделя	
6.	Менеджер	1	6 неделя	
7.	Стратегия бизнеса	1	7 неделя	
8.	Виды бизнеса	1	8 неделя	
9.	Финансовый менеджмент	1	9 неделя	
10.	Бухгалтерский учет	1	10 неделя	
11.	Банки. Банковская система	1	11 неделя	
12.	Торговля	1	12 неделя	
13.	Государство и налоги	1	13 неделя	
14.	Чем предприниматель отличается от менеджера	1	14 неделя	

15.	Зачем предпринимателю бизнес-план	1	15 неделя	
16.	Чем занимаются экономисты	1	16 неделя	
17.	Менеджмент как вид управления	1	17 неделя	
18.	Значение цели в менеджменте	1	18 неделя	
19.	Значение цели в самоменеджменте	1	19 неделя	
20.	Природа и характеристика управленческого решения	1	20 неделя	
21.	Сущность планирования как функции управления	1	21 неделя	
22.	Принципы и правила планирования личного времени	1	22 неделя	
23.	Мотивация и мотивационный процесс	1	23 неделя	
24.	Самопознание и самооценка как основа для самоменеджмента	1	24 неделя	
25.	Общение и коммуникация	1	25 неделя	
26.	Этика менеджера	1	26 неделя	
27.	Маркетинг	1	27 неделя	
28.	Основные понятия маркетинга	1	28 неделя	
29.	Сегментирование рынка	1	29 неделя	
30.	Сбор и анализ маркетинговой информации	1	30 неделя	
31.	Товар	1	31 неделя	
32.	Понятие цены. Факторы, влияющие на ценообразование	1	32 неделя	
33.	Распространение и продвижение товара	1	33 неделя	

34.	Итоговое занятие	1	34 неделя	