**МУНИЦИПАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ «ГИМНАЗИЯ № 48»**

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО Председатель НМС МАОУ «Гимназия № 48»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.В. Афонина «30» августа 2024 годаПротокол №1от «30» августа 2024 г. | УТВЕРЖДАЮ Директор МАОУ «Гимназия № 48» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.Е. Гловацкая«30» августа 2024 года |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ПО ЭЛЕКТИВНОМУ КУРСУ «БИЗНЕС И ЭКОНОМИКА»**

|  |
| --- |
| **Уровень освоения программы:** **среднее общее образование** **Срок реализации программы: 1 год** |

**г. Норильск, 2024**

1. **Пояснительная записка**

Рабочая программа элективного курса «Бизнес и экономика» разработана в соответствии с:

* Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
* Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам – образовательным программам начального общего, основного общего и среднего общего образования;
* федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования, утв. приказом Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 (далее – ФГОС СОО);
* федеральной образовательной программой среднего общего образования, утв. приказом Минпросвещения России от 18.05.2023 № 371:
* положением «О структуре, порядке разработки и утверждения рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) МАОУ «Гимназия № 48».

Программа элективного курса «Бизнес и экономика» реализуется в единстве учебной и воспитательной деятельности общеобразовательной организации по основным направлениям воспитания в соответствии с основной общеобразовательной программой МАОУ «Гимназия № 48».

Программа элективного курса «Бизнес и экономика» рассчитана на 34 часа в год, 1 час в неделю.

Целью преподавания курса является формирование у обучающихся 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.

Темы, входящие в разделы курса согласованы с темами, изучаемые в курсах «История», «Обществознание». Курс расширяет знания учащихся, углубляет эти знания и подготавливает их не только успешной сдачи ЭГЭ, но и 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 курса2. 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.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **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

*В результате изучения курса ученик должен:*

Знать/понимать:

- основные теоретические положения менеджмента;

- основные принципы функционирования предприятия/фирмы во взаимодействии с внутренней и внешней средой;

Уметь:

- *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, публици-стических и др.) знания по заданным темам; систематизировать, анализировать и обоб- щать 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.

Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни:

- 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

**Календарно-тематическое планирование**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Тема занятия** | **Сроки проведения** | **Дата** |
| 1 | Зачем человечеству нужна экономика | 1 |  |
| 2 | Взаимосвязь экономики и менеджмента | 1 |  |
| 3 | Введение в бизнес | 1 |  |
| 4 | Рынок и маркетологи | 1 |  |
| 5 | Главные принципы менеджмента | 1 |  |
| 6 | Менеджер | 1 |  |
| 7 | Стратегия бизнеса | 1 |  |
| 8 | Виды бизнеса | 1 |  |
| 9 | Финансовый менеджмент | 1 |  |
| 10 | Бухгалтерский учет | 1 |  |
| 11 | Банки. Банковская система | 1 |  |
| 12 | Торговля | 1 |  |
| 13 | Государство и налоги | 1 |  |
| 14 | Чем предприниматель отличается от менеджера | 1 |  |
| 15 | Зачем предпринимателю бизнес-план | 1 |  |
| 16 | Чем занимаются экономисты | 1 |  |
| 17 | Менеджмент как вид управления | 1 |  |
| 18 | Значение цели в менеджменте | 1 |  |
| 19 | Значение цели в самоменеджменте | 1 |  |
| 20 | Природа и характеристика управленческого решения | 1 |  |
| 21 | Сущность планирования как функции управления | 1 |  |
| 22 | Принципы и правила планирования личного времени | 1 |  |
| 23 | Мотивация и мотивационный процесс | 1 |  |
| 24 | Самопознание и самооценка как основа для самоменеджмента | 1 |  |
| 25 | Общение и коммуникация | 1 |  |
| 26 | Этика менеджера | 1 |  |
| 27 | Маркетинг | 1 |  |
| 28 | Основные понятия маркетинга | 1 |  |
| 29 | Сегментирование рынка | 1 |  |
| 30 | Сбор и анализ маркетинговой информации | 1 |  |
| 31 | Товар | 1 |  |
| 32 | Понятие цены. Факторы, влияющие на ценообразование | 1 |  |
| 33 | Распространение и продвижение товара | 1 |  |
| 34 | Итоговое занятие | 1 |  |

**Список литературы**

**Основная литература**

1. Лавренова Е.Б., Рязанова О.И., Липсиц И.В. Финансовая грамотность: учебная программа. 10–11 кл. общеобр. орг. М.: ВИТА- ПРЕСС, 2014.
2. Липсиц И.В., Лавренова Е.Б., Рязанова О.И. Финансовая грамотность: контрольные измерительные материалы. 10–11 кл. обще- обр. орг. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.
3. Липсиц И.В., Лавренова Е.Б., Рязанова О.И. Финансовая грамотность: материалы для родителей. 10–11 кл. общеобр. орг. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.
4. Липсиц И.В., Лавренова Е.Б., Рязанова О.И. Финансовая грамотность: методические рекомендации для учителя. 10–11 кл. обще- обр. орг. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.
5. Липсиц И.В., Рязанова О.И. Финансовая грамотность: материалы для учащихся. 10–11 кл. общеобр. орг. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.

**Дополнительная литература**

1. Липсиц И.В. Экономика: история и современная организация хозяйственной деятельности. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.
2. Экономика. Основы потребительских знаний: учебник для 10-11 кл. / под ред. Е. Кузнецовой, Д. Сорк. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2010.
3. Экономика (Моя роль в обществе): учебное пособие для 10-11 кл. / под ред. И.А. Сасовой. М.: ВИТА-ПРЕСС, 2010.

**Интернет-источники**

1. http://ecsocman.hse.ru – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент».

2. https://www.hse.ru/stat.html – Статистический портал Высшей школы экономики.

3. https://www.moex.com – Московская биржа.

4. https://www.ramu.ru – портал «Российская ассоциация маркетинговых услуг».

5. https://www.rbc.ru – информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг».

6. http://tpprf.ru – Торгово-промышленная палата РФ.

7. www.7budget.ru – сайт журнала «Семейный бюджет».

8. www.cbr.ru – Центральный банк Российской Федерации.

9. www.cefir.ru – сайт Центра экономических и финансовых исследований и разработок (ЦЭФИР).

10. www.cfin.ru – сайт «Корпоративный менеджмент».

11. www.economicus.ru – Справочный портал по экономике.

12. www.economy.gov.ru/minec/ma – сайт Министерства экономического развития РФ.

13. www.ereport.ru — сайт «Мировая экономика».

14. www.fas.gov.ru – сайт Федеральной антимонопольной службы России.

15. www.gks.ru – сайт Федеральной службы государственной статистики.

16. www.government.ru – сайт Правительства РФ.

17. www.iloveeconomics.ru – сайт «Экономика для школьника».

18. www.imf.org – сайт Международного валютного фонда.

19. www.minfin.ru – сайт Министерства финансов РФ.

20. www.minpromtorg.gov.ru – сайт Министерства промышленности и торговли РФ.

21. www.nalog.ru – сайт Федеральной налоговой службы РФ.

22. www.nes.ru – сайт «Российская экономическая школа».

23. www.wto.ru – Российский Центр экспертизы ВТО.

24. www.worldbank.org – сайт Всемирного банка.