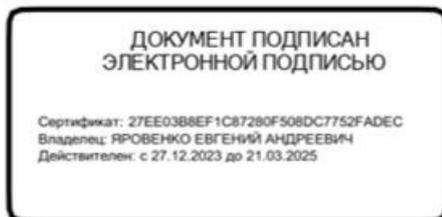


МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Министерство образования и науки Хабаровского края

Управление образования Вяземского муниципального района

МБОУ СОШ с. Аван им.М.И.Венюкова



СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по УВР

Горянская А.О.

Приказ № 102 от «30» 08.2024 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор

Яровенко Е.А.

Приказ № 102 от «30» 08.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

элективного курса

для учащихся 10-11 классов

социально-экономического профиля

«Основы малого бизнеса»

Учитель А.О.Горянская

с. Аван, 2024

Пояснительная записка

Программа элективного курса по экономике «Основы малого бизнеса» разработана для учащихся 10-11 классов социально-экономического профиля общеобразовательных учреждений.

Современная общеобразовательная школа вместе со всем российским обществом переживает период обновления.

Перспективы развития нашей страны, как и всего человечества, связаны с предпринимательством, поэтому подготовка школьников к жизни в сложном информационно-технологическом мире определяет насущную потребность общества, его социальный заказ системе образования. В этой связи важной становится проблема обучения школьников основам преобразования материального мира в условиях рынка.

Предлагаемый элективный курс призван помочь учащейся молодежи сделать осознанный выбор жизненного пути с учетом своих наклонностей и особенностей характера.

Программа элективного курса «Основы малого бизнеса» разработана в соответствии с задачами модернизации содержания образования, основными положениями Концепции профильного обучения, а также с учетом дидактических требований к уровню правовой подготовки выпускников основной школы, современных изменений в текущем законодательстве и специфики профильной подготовки учащихся.

Цель курса: создать условия для повышения доступа молодежи к качественному бизнес-образованию.

К задачам данного курса, связанным с профильным обучением, относятся:

- знакомство учащихся с основными нормативно-правовыми актами, с которыми чаще всего человеку приходится сталкиваться в экономической сфере;
- помочь формированию нового экономического мышления у молодых

В качестве основных для обсуждения в данном элективном курсе предлагается следующий **ряд проблем:**

1. Рыночная экономика в современной России.
2. Организационно-правовые формы российского предпринимательства.
3. Правовое обеспечение предпринимательства.
4. Права потребителей: законодательство и реальная практика.
5. Основные этапы предпринимательской деятельности.
6. Бизнес-планирование.
7. Маркетинг в деятельности предпринимателя.
8. Ликвидация малого предприятия.

Количество часов:

в неделю – 1 час

за учебный год – 34 часа

формам проведения:

Для использования на занятиях предлагаются:

- деловые игры и тренинги,
- счетные задачи и тестовые задания.
- практические работы

Итого – 68 часа за два года обучения

Краткое содержание курса

Раздел 1. Рыночная экономика (6 часов)

Раздел посвящен основным экономическим понятиям. Материал раздела позволяет учащимся понимать особенности экономической науки, основные проблемы рыночной экономики, знакомит с основными составляющими экономики свободного предпринимательства.

Раздел 2. Организационно-правовые формы российского предпринимательства (5 часов)

Материал раздела детально знакомит школьников с видами предпринимательской деятельности в современной России и его организационно-правовыми формами; ознакомиться с расчетом курса акций, налогообложением.

Раздел 3. Правовое обеспечение предпринимательской деятельности (6 часов)

Раздел посвящен регистрационно-учредительной документации малого предприятия. Материал раздела позволяет на базе комментирования положений Конституции РФ, Гражданского кодекса РФ и «Закона о предприятии и предпринимательской деятельности» дать учащимся конкретные сведения, которые позволят им активно пользоваться данным правом и понять, какое значение имеет правовое регулирование в сфере экономических отношений.

Раздел 4. Права потребителей: законодательство и реальная практика (5 часов)

Раздел детально открывает перед учащимися права потребителей, знакомит с правоприменительной практикой и помогает почувствовать себя уверенно в этой области правоотношений.

Раздел 5. Основные этапы предпринимательской деятельности (7 часов)

Раздел знакомит учащихся с общими предпосылками и процедурой организации малого предприятия, с источниками и методами выработки бизнес-идеи.

Раздел 6. Бизнес-планирование (20 часов)

Материал раздела детально знакомит школьников с основными разделами и структурой бизнес-плана, с процессом его разработки и последовательностью; позволяет ознакомиться с активами фирмы и их источниками, принципами ведения корреспонденции счетов, структурой баланса, с основными составляющими финансового учета.

Раздел 7. Маркетинговая стратегия (14 часов)

Раздел посвящен содержанию, сущности и основным принципам маркетинговой деятельности. Материал раздела помогает школьникам понять значение плана маркетинга и его основных составляющих.

Раздел 8. Порядок ликвидации малого предприятия (4 часа)

Материал раздела знакомит учащихся с порядком ликвидации предприятия.

Формы и методы работы:

- лекции, дискуссии, эвристические беседы;
- работа с документами (самостоятельное чтение, анализ материала, организация понимания через обсуждение);
- проведение практических исследований;
- проведение тренингов;
- решение практических задач.

Условия получения зачета по курсу и критерии оценок

Форма итоговой аттестации по курсу – «оценка». Для получения положительной оценки по итогам курса необходимо: непосредственное участие минимум в двух практических исследованиях, заполнение образцов документов, участие в решении практических задач.

Ожидаемые результаты

Обучающиеся должны знать:

- понимать, что такое экономическая система, и какие проблемы она должна решать;
- различать типы экономических систем; знать суть, преимущества и недостатки каждой системы;
- разбираться в том, какую роль играют фирмы в экономике;
- различать финансовый и физический капитал;
- различать выручку и прибыль;
- иметь представление о задачах менеджмента;
- понимать закон спроса и предложения, и причины их существования.

Обучающиеся должны уметь:

- сравнивать основные типы рынков;
- использовать полученные знания при характеристике различных отраслей экономики;
- представлять себе разнообразие типов фирм в России;

- разбираться в рекламных проспектах и брошюрах, посвященных АО;
- объяснить, что такое эластичность спроса, в чем ее экономический смысл;
- уметь определять точку равновесия;
- уметь анализировать рыночную ситуацию с помощью кривых спроса и предложения;
- изображать графически изменения спроса и величины спроса, предложения и величины предложения;
- объяснять схемы пропорционального, прогрессивного и регрессивного налогообложения.

Оборудование и материалы: методическое руководство для преподавателя, бланк «Таблица спроса и предложения», бланк для построения графика спроса и предложения», карточки продавца, карточки покупателя.

Документы и материалы, с учетом которых составлена программа:

Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 г., Закон Российской Федерации «Об образовании» от 10 июля 1992 г. №3266-1, Гражданский кодекс Российской Федерации в 2-х ч. Методическое пособие для преподавателей и бизнес-консультантов «Прикладная экономика», типовые правила для работников УДО.

**Примерный учебно-тематический план
элективного курса «Основы малого бизнеса»**

№ п/п	Тема занятия	Кол-во часов	дата
10 класс			
I. Рыночная экономика в современной России-6			
1	Что такое экономика?	1	
2	Типы экономических систем.	1	
3	Рыночная экономика на примере России	1	
4	Рынок. Основные типы рынков	1	
5	Основные проблемы рыночной экономики	1	
	Рыночная экономика в Хабаровском крае	1	
II. Организационно-правовые формы российского предпринимательства-5			

6	Хозяйственное товарищество	1	
7	Хозяйственное общество	1	
8	Малое предприятие, кооператив, артель	1	
9	Муниципальное предприятие	1	
10	Унитарное предприятие	1	
III. Правовое обеспечение предпринимательской деятельности-6			
11-12	Субъекты предпринимательской деятельности в законодательстве РФ	2	
13-14	Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности	2	
15-16	Права и ответственность предпринимателей	2	
IV. Права потребителей: законодательство и реальная практика-5			
17-18	Закон «О защите прав потребителей»	2	
19-20	Правила грамотного поведения потребителя на рынке товаров и услуг.	2	
21	Практическая работа	1	
V. Основные этапы предпринимательской деятельности-7			
22-23	Личностные и деловые качества предпринимателя	2	
25-26	Методы выработки предпринимательской идеи	2	
27	Практическая работа	1	
28	Процедура создания малого предприятия	1	
29	Практическая работа	1	
VI. Бизнес-планирование-20			
30	Принципы создания бизнеса.	1	
31	Факторы успеха бизнеса.	1	
32	Факторы дохода бизнеса.	1	
33	Правовые формы бизнеса.	1	
34	Разработка бизнес-идеи. Бизнес в регионе.	1	
11 класс			
35	Лицензирование.	1	
36	Ликвидация бизнеса.	1	
37	Виды конкуренции.	1	
38	Антимонопольное законодательство.	1	
39	Факторы риска.	1	
40	Бизнес-план, его структура и назначение	1	
41	Содержание процесса планирования.	1	
42	Структура бизнес-плана.	1	
43	Планирование безубыточности.	1	

44	Классификация расходов.	1	
45	Факторы снижения затрат.	1	
46	Прибыль фирмы.	1	
47	Рентабельность. Производство в регионе.	1	
48	Первоначальный капитал. Источники финансирования	1	
49	Эффективность деятельности фирмы.	1	
VII. Маркетинговая стратегия-14			
50	Управление финансами малого предприятия. Налогообложение	1	
51	Виды налогов. Налоговая ответственность.	1	
52	Маркетинг: функции, принципы, методы.	1	
53	Государственное регулирование.	1	
54	Виды ответственности.	1	
55	Как вывести товар на рынок? Рынок сбыта товара и оценка конкурентов	1	
56	Оценка средств фирмы. Амортизация.	1	
57	Нематериальные активы.	1	
58	Состав персонала.	1	
59	Эффективность персонала.	1	
60	Оплата труда. Доходы в регионе.	1	
61	Финансовые ресурсы.	1	
62	Ценные бумаги. Рынок ценных бумаг в области.	1	
63	Кредитоспособность.	1	
VIII. Порядок ликвидации малого предприятия-4			
64-65	Отчет о прибылях и убытках. Распределение активов	2	
66-67	Ликвидационный баланс	2	
68	Итоговый зачет	1	
ИТОГО		68	

Учебная литература для учащихся

Основная:

1. Каунов А. М. Основы предпринимательской деятельности. Социальная ответственность и этика в сфере предпринимательства: учеб. пособие / Т. С. Перекрестова, А. М. Каунов, Д. В. Перекрестов. – Волгоград: Перемена, 2005. - 78 с.
2. Прикладная экономика. Учебное пособие для учащихся старших классов. – М., 2005.

3. Прикладная экономика. Сборник заданий. Учебное пособие для учащихся старших классов. – М., 2003.
4. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес – плана и финансовому анализу предприятия: Учеб. пособие.- М.: Финансы и статистика. 2003, -302 с.

Дополнительная:

1. Бизнес-планирование Учебник/под ред. В.М.Попова и И.С. Ляпунова. М: Финансы и статистика, 2004.- 245с.
2. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. -302с.
3. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002.- 502 с.
4. Человек и общество. Обществознание. Ч.2. 11 кл./ Под ред. Боголюбова Л. Н., Лазебниковой А. Ю. – Просвещение, 2003.
5. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепция и методы планирования: Учеб. пособие.- М.: Финпресс, 2002. -412 с.

Методическая литература для учителя:

1. Каунов А. М. Предпринимательство в системе образования: учебно-методическое пособие. – Волгоград: Перемена, 2003. – 297 с.
2. Каунов А. М. Предпринимательская практика: учебн.-метод. пособие/ А.М. Каунов, Ю.А. Жадаев, Г. А. Плиев. – Волгоград: Перемена, 2006. – 72 с.
3. Макаревич. Л.М. 200 правил бизнеса: Практическое руководство. - М.: Дело и сервис, 2002.- 456 с.
4. Маркова В.Д., Кравченко Н.А. Бизнес–планирование.- Новосибирск: ЭКОР, 2004. – 365 с.

5. Менеджмент в сфере образования: материалы программы повышения квалификации администраторов среднего образования / под общ. ред. С. Р. Филоновича; Государственный университет – Высшая школа экономики. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2004.
6. Прикладная экономика. Методическое пособие для преподавателей и бизнес-консультантов. – М., 2003.

Рекомендуемые темы творческих работ и рефератов учащихся:

1. Кто в мире живет лучше всех?
2. Российский этнос и экономический прогресс.
3. Возможна ли экономика без этики?
4. Основы рыночного механизма.
5. Бедность и борьба с ней в развитых странах.
6. Плюсы и минусы неравенства доходов.
7. Есть ли предел у налогообложения?
8. Как начинается экономический кризис?
9. Экономические проблемы экологии.
10. Труд, занятость и безработица в современном обществе.
- 11.

Тезаурус:

1. **Бизнес-план** – перспективный документ, характеризующий основные стороны деятельности и развития предприятия на 2-5 лет вперед.
2. **Индивидуальная себестоимость продукции** – стоимость и уровень затрат для самого производителя.
3. **Институт права** – совокупность норм, образующих самостоятельную часть отрасли права, регулирующих разновидность данного вида общественных отношений.
4. **Коммунанты** – предприятия, занимающиеся изготовлением узлов, деталей и промежуточной сборкой.
5. **Лизинг** – особый вид аренды фондов на длительный срок.

6. **Маркетинг** – предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю.
7. **Менеджмент** – система управления производством, применяемая с целью повышения его эффективности и получения прибыли.
8. **Методы стимулирования сбыта** – использование разнообразных стимулирующих средств, способствующих совершению покупки.
9. **Моржа** – величина, показывающая разность между двумя определенными показателями.
10. **Неустойка (штраф, пеня)** – определенная законом или договором денежная сумма, которую должник должен уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства.
11. **Норма права** – изданное государственным органом общеобязательное правило, защищаемое различными мерами и обязательное к исполнению для всех оговоренных в нем лиц.
12. **Нормативно-правовой акт** – официальный государственный документ, в котором содержатся нормы права.
13. **Организация** – группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели.
14. **Отраслевая себестоимость продукции** – средний уровень затрат на производство данной продукции в отрасли и является основой для формирования цены на рынке на данную продукцию.
15. **Отрасль права** – систематическая совокупность правовых норм, образует самостоятельную часть системы права, регулирует качественно своеобразный вид общественных отношений своим специфическим методом.
16. **Патенты** – предприятие, занимающееся выпуском новой продукции, готовой продукции (одежда, продукты и т.д.).
17. **Планирование** – комплекс мероприятий, направленный на достижение целей организации.
18. **Потребительский кооператив** – добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью

удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

19. **Правовая защита** – наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность и создающих наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства.
20. **Предпринимательский риск** – угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.
21. **Предприятие** – это самостоятельная производственная единица, обладающая производственно-техническим единством, организационно-административной и хозяйственной самостоятельностью.
22. **Производственный кооператив (артель)** – добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом или ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов.
23. **Себестоимость продукции** – все затраты предпринимателя, которые связаны с производством и реализацией конкретных видов продукции (товары, услуги), выраженная в денежной форме.
24. **Сегмент рынка** – группа существующих или потенциальных покупателей с некоторыми общими характеристиками, с одинаковой реакцией на различные маркетинговые ситуации со стороны производителя и продавца.
25. **Стратегия маркетинга** – подбор и анализ целевого рынка, создание и поддержка соответствующего комплекса маркетинга, который удовлетворил бы выбранную группу потребителей.
26. **Структура** – логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных подразделений, построенных в такой форме, которая позволяет эффективно достигать поставленной цели.

27. **Субъект малого предпринимательства** – физическое лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.
28. **Тактика маркетинга** – решение задач фирмы на каждом рынке и по каждому товару в конкретный период.
29. **Унитарное предприятие** – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имуществом.
30. **Управление финансами** – совокупность приемов и методов, направленных на обеспечение развития финансовой системы субъекта хозяйствования в соответствии с заданными количественными и качественными характеристиками.
31. **Устав предприятия** – основной официальный документ, регламентирующий отношения между предприятием, обществом и государством.
32. **Учредительный договор** – документ, регламентирующий взаимоотношения между группой учредителей как будущими владельцами предприятия.
33. **Федеральные законы** – законы, принятые в установленном конституцией порядке высшим органом государства, имеющего федеральное устройство.
34. **Финансовое планирование** – процесс непосредственного определения основных направлений и конкретных параметров развития финансовой системы субъекта хозяйствования.
35. **Франчайзинг** – смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, которая объединяет элементы аренды, купли-продажи, подряда и представительства.
36. **Хозяйственное товарищество (общество)** – коммерческая организация с разделенным на доли (вклады) учредителей уставным капиталом.

37. **Целевой маркетинг** – разграничение рынка на сегменты, выбор одного или нескольких из них и разработки товара и комплекса маркетинга на каждый из выбранных сегментов.

38. **Эксплеренты** – предприятия, занимающиеся научными, конструкторскими, проектными разработками и освоением новых технологических открытий, изобретений, патентов и т.д.