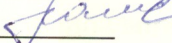


ГУ ОТДЕЛ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА ТЕМИРТАУ  
КГУ «ОШ № 6»

**СОГЛАСОВАНО**

Заместитель директора  
по НМР

  
Расстригина И.А.

«1» сентября 2022



**ПРОГРАММА**  
**Глобальные компетенции**

для 10,11 классов (36 часов)  
2022-2023 учебный год

Темиртау 2022

**Авторы:**

Министерство просвещения Республики Казахстан

Рекомендовано Научно-методическим Советом «ОШ №6» г.Темиртау  
Протокол № 1 от «31» августа 2022 г.

**Секретарь:**

Зам.директора по УР



Расстрыгина И.А.

## Пояснительная записка

В результате изменения экономической ситуации в мире за последние годы особенно вызывающим интерес среди выпускников школы являются вопросы получения эффективного и доступного обучения предпринимательству.

Сегодня развитие молодежного предпринимательства является приоритетной задачей, что заявлено послании Главы государства. 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.

Объем учебной нагрузки предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» в 10-м и 11-м классе в неделю 1 час по вариативному компоненту в курсе «Глобальные компетенции» типового учебного плана (ТУП) (обновленного содержания) №415 приказа МОН РК от 20 августа 2021 года.

Целью изучения предмета является получение обучающимися базовых знаний основ предпринимательства, экономики, менеджмента и маркетинга; привитие ответственности за свой выбор и формирование мышления предпринимательского склада, активной жизненной позиции; создание практической базы навыков для будущей самостоятельной деятельности в современных рыночных условиях.

Задачи обучения:

- 1) формирование у обучающихся теоретических основ предпринимательства;
- 2) формирование у обучающихся практических навыков личной финансовой грамотности;
- 3) воспитание ответственности за свои достижения и свою жизненную позицию;
- 4) формирование у обучающихся предпринимательского мышления и умения видеть возможности для реализации своего потенциала;
- 5) приобретение навыка генерирования бизнес-идей и их развития до уровня предпринимательской деятельности;
- 6) развитие навыка бизнес-моделирования и адаптации в изменяющихся условиях конкуренции в целях повышения выживаемости бизнеса;
- 7) формирование навыков исследования, использования современных информационных технологий.

К особенностям учебного предмета «Основы предпринимательства и бизнеса» относятся:

- 1) построение предмета на основе практики и специфики предпринимательства Казахстана, истории развития и формирования предпринимательства;

- 2) построение учебного процесса на применении интерактивных и групповых игровых методик и технологий обучения, активной вовлеченности обучающихся в учебный процесс;
- 3) формирование навыков XXI века, востребованных в свете кадровых тенденций казахстанских и мировых рыночных условий; тенденций развития массового предпринимательства (предпринимательство как стиль жизни);
- 4) использование коучинговых подходов в целях формирования осознанной жизненной позиции и принятия ответственности за собственный выбор деятельности;
- 5) использование тренингового формата, ориентированного на формирование практических навыков и умений, формирование первичного опыта посредством геймификации процесса;
- 6) создание школьного интернет-сообщества на выделенном ресурсе для информационного обмена, взаимодействия в рамках освоения курса на межрегиональном уровне с целью получения синергетического эффекта. Организация посредством данного online-портала электронной библиотечной базы и базы рабочих материалов, вебинарной и гостевой площадки, площадки мероприятий: олимпиад, конкурсов, формирование площадок коммуникаций между учениками, потенциальными стартапами, действующим бизнесом и инвесторами;
- 7) создание инфраструктуры, способствующей максимально эффективному практическому и методологическому наполнению и сопровождению учебного предмета от следующих контрагентов: - предпринимательские вузы Казахстана, являющиеся членами Ассоциации предпринимательского образования РК; - Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен»; - общественный фонд «Джуниор Эчивмент Казахстан»;
- 8) поддержка образовательного процесса специализированными онлайн- и офлайн-играми, развивающими навыки ведения предпринимательской деятельности путем автоматизированной симуляции процесса.
- 9) использование принципов дизайн-мышления для развития клиентоориентированности.

Содержание учебного материала основано на принципах геймификации (игротехники) учебного процесса и на кейсовой работе.

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДЛЯ ПЕДАГОГА  
ОРГАНИЗАЦИЙ СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» 10 КЛАСС**

**Итого: 36 часов, в неделю 1 час**

**(ТУП обновленного содержания №415 приказ МОН РК курс «Глобальные компетенции» вариативный компонент)**

№ п/п	Раздел	Темыурока	Целиобучения	Количество часов	№ урока в учебнике
<b>І-четверть</b>					
1	Предпринимательство как экономическое явление	1.1. Введение в предпринимательство	10.1.1.1 понимать понятия «индивидуальный предприниматель», «бизнесмен», «потребность», «благо»; 10.1.1.2 знать предмет, цели и задачи предпринимательства	1	№1
2	Предпринимательство как экономическое явление	1.2 Исторический экскурс в экономику Казахстана	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	2	№2,3; Внеурок №4
3	Предпринимательство как экономическое явление	1.3 Предпринимательский подход: инициативность и непрерывное стремление к развитию и новаторству	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	1	№5,6; Внеурок №7
4	Предпринимательство как экономическое явление	1.4 Ресурсы вовлеченные в процесс производства	10.1.4.1 знать ресурсы и факторы необходимые для производства товаров и услуг; 10.1.4.2 понимать разницу между ресурсами и факторами необходимыми для производства товаров и услуг	2	№8,9; Внеурок №10
5	Предпринимательство как экономическое явление	1.5 Механизм функционирования рынка	10.1.5.1 понимать законы спроса и предложения; 10.1.5.2 знать факторы, влияющие на спрос и предложения	1	№11,12 ; Внеурок №13
6	Предпринимательство как экономическое явление	1.6 Рыночное равновесие	10.1.6.1 знать законы формирования рыночного равновесия, дефицита и избытка; 10.1.6.2 понимать эластичность спроса и предложения как процесс адаптации рынка к изменению основных факторов	1	№14,15 ; Внеурок №16

<b>II-четверть</b>					
7	Предпринимательство в современных условиях	2.1 С чего начинается бизнес?	10.2.1.1 анализировать предпринимательство как экономическое явление; 10.2.1.2 знать факторы развития предпринимательства в современных условиях	1	№17
8	Предпринимательство в современных условиях	2.2 Виды предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательства	10.2.2.1 различать виды предпринимательской деятельности; 10.2.2.2 понимать роль МСБ в экономике государства, в том числе Казахстана; 10.2.2.3 различать организационно-правовые формы предпринимательства	2	№18; Внеурочка №19,20
9	Предпринимательство в современных условиях	2.3 Стартап-культура	10.2.3.1 описывать понятие стартапа; 10.2.3.2 различать стартап и действующий бизнес	2	№21,22 ; Внеурочка №23
10	Предпринимательство в современных условиях	2.4 Инновации и тренды в предпринимательстве (мировые, региональные, молодежные)	10.2.4.1 понимать географическо-региональную особенность развития предпринимательства в Казахстане; 10.2.4.2 распознавать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане; 10.2.4.3 анализировать прогнозы трендов предпринимательства на будущие периоды времени	2	№24,25 ; Внеурочка №26
11	Предпринимательство в современных условиях	2.5 Развитие конкуренции в современных условиях	10.2.5.1 описывать примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; 10.2.5.2 описывать виды конкурентных стратегий и конкурентов; 10.2.5.3 приводить доводы о целесообразности применения ценовой и неценовой конкуренции	1	№27,28 ; Внеурочка №29
12	Предпринимательство в современных условиях	2.6 Ценообразование – сущность и функции цены как экономической категории	10.2.6.1 понимать сущность и функции цены как экономической категории; 10.2.6.2 описывать структуру ценообразования; 10.2.6.3 понимать сущность ценовой политики; 10.2.6.4 различать ценовые стратегии	1	№30,31 ; Внеурочка №32
<b>III-четверть</b>					
13	Маркетинг в действии	3.1 Введение в маркетинг	10.3.1.1 объяснять понятие и функции маркетинга; 10.3.1.2 различать маркетинговую стратегию продукта и предприятия	1	№33
14	Маркетинг в действии	3.2 Маркетинг-микс	10.3.2.1 понимать состав маркетинг-микса 4Р, 4С;	1	№34

			10.3.2.2 различать формат применения 4P, 4C		
15	Маркетинг в действии	3.3 Кабинетные и полевые исследования	10.3.3.1 описывать различия между полевыми и кабинетными исследованиями; 10.3.3.2 применять методологию полевых и кабинетных исследований	1	№35; Внеурочка №36,37
16	Маркетинг в действии	3.4 SWOT-анализ	10.3.4.1 понимать назначение SWOT-анализа; 10.3.4.2 применять на практике SWOT-анализ при оценке сильных и слабых сторон изучаемого продукта	1	№38; Внеурочка №39
17	Маркетинг в действии	3.5 Целевая аудитория, сегментированная	10.3.5.1 понимать сущность и принципы сегментации потребителя; 10.3.5.2 определять потребности определенной целевой аудитории	1	№40; Внеурочка №41
18	Маркетинг в действии	3.6 Бренд	10.3.6.1 знает основные составляющие бренда; 10.3.6.2 различает описательную и творческую плоскость бренда; 10.3.6.3 применяет навыки для описания платформы бренда	1	№42,43 ; Внеурочка №44
19	Маркетинг в действии	3.7 Маркетинговые коммуникации	10.3.7.1 различать комплекс маркетинговых коммуникаций ATL, BTL; 10.3.7.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством ATL, BTL	2	№45,46 ,47; Внеурочка №48
20	Маркетинг в действии	3.8 Онлайн маркетинговые коммуникации	10.3.8.1 понимать сущность цифрового маркетинга; 10.3.8.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством цифрового маркетинга	2	№49,50 ,51; Внеурочка №52
<b>IV-четверть</b>					
21	Дизайн мышления	4.1 Введение в дизайн-мышление	10.4.1.1 понимать сущность дизайн-мышления; 10.4.1.2 понимать, где он может применить навыки дизайн-мышления; 10.4.1.3 сравнивать преимущества подходов дизайн-мышления по сравнению с традиционными способами поиска бизнес-идей и организации бизнес-процессов	1	№53; Внеурочка №54
22	Дизайн мышления	4.2 Эмпатия	10.4.2.1 уметь определять группы пользователей, которых затронет проект, прямо или косвенно; 10.4.2.2 понимать принципы эмпатии и умеет применять их на практике; 10.4.2.3 уметь составлять интервью и правильно организовывать	2	№55,56 ; Внеурочка №57

			последовательность вопросов		
23	Дизайн мышления	4.3 Анализ и синтез	10.4.3.1 уметь обозначать и описывать проблему; 10.4.3.2 определять наиболее значимые выводы, полученные из интервью; 10.4.3.3 выделять важные фрагменты информации и эффективно оформлять их для дальнейшего использования; 10.4.3.4 группировать полученную во время интервью информацию	1	№58; Внеурочка №59,60
24	Дизайн мышления	4.4 Генерация идей	10.4.4.1 понимать принципы и необходимость брейнсторминга; 10.4.4.2 знать правила проведения брейнсторминга и умеет соблюдать их; 10.4.4.3 знать и следовать этапам брейнсторминга систематизировать высказанные идеи и выбирать наиболее перспективные	2	№61,62 ; Внеурочка №63
25	Дизайн мышления	4.5 Прототипирование	10.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования; 10.4.5.2 применить основные методы прототипирования	1	№64,65
26	Дизайн мышления	4.6 Тестирование	10.4.6.1 понимать значимость тестирования для дизайна, ориентированного на человека; 10.4.6.2 осознавать значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже развить эмпатию; 10.4.6.3 оценивать возможности применения полученных идей на практике	1	№66; Внеурочка №67
27	Дизайн мышления	4.7 Сторителлинг	10.4.7.1 понимать принципы сторителлинга для описания процесса проделанной работы 10.4.7.2 анализировать все знания, полученные во время работы с дизайном мышлением, сделать выводы и аргументировать, будет ли он применять данные принципы в дальнейшем	1	№68
	<b>Итого</b>			<b>36</b>	



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДЛЯ ПЕДАГОГА  
ОРГАНИЗАЦИЙ СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ОСНОВЫ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И БИЗНЕСА» 11 КЛАСС**

**Итого: 36 часов, в неделю 1 час**

**(ТУП обновленного содержания №415 приказ МОН РК курс «Глобальные  
компетенции» вариативный компонент)**

№ п/п	Раздел	Темы урока	Цели обучения	Количество часов	№ урока в учебнике
<b>I-четверть</b>					
1	Стартап акселератор (1)	1.1 Питчинг	11.1.1.1 понимать сущность и значение питчинга для предпринимателя (стартапера); 11.1.1.2 применять навыки питчинга для транслирования собственных идей в учебно-игровых ситуациях	1	№1; Внеурочка №2
2	Стартап акселератор (1)	1.2 Командообразование и роль команд в предпринимательской деятельности	11.1.2.1 распределять роли между членами команды; 11.1.2.2 применять навыки ораторского мастерства для привлечения необходимых людей в команду в учебно-игровых ситуациях	1	№3; Внеурочка №4
3	Стартап акселератор (1)	1.3 Канва бизнес-модели, определение ключевой ценности. Структура бизнес-плана	11.1.3.1 описывать понятие бизнес-модели; 11.1.3.2 понимать структуру канвы бизнес-модели и бизнес-плана; 11.1.3.3 применять навыки формирования ключевой ценности для собственной идеи стартапа в учебно-игровых ситуациях	2	№5,7; Внеурочка №6
4	Стартап акселератор (1)	1.4 Маркетинг в стартап-проектах	11.1.4.1 понимать значение маркетинга для стартап-проекта; 11.1.4.2 анализировать емкость рынка, сегменты потребителей и их потребности; 11.1.4.3 понимать принцип минимально жизнеспособного продукта MVP; 11.1.4.4 принимать решения о реализации минимального продукта в собственном стартапе	1	№8,9; Внеурочка №10
5	Стартап акселератор (1)	1.5 Каналы коммуникаций в стартап-проектах	11.1.5.1 отвечать на вопрос «Каким образом» (посредством каких каналов) будет донесена ценность до потребителя?»; 11.1.5.2 объяснять выбор в пользу тех или иных каналов коммуникаций	1	№11; Внеурочка №12
6	Стартап акселератор (1)	1.6 Потребительская и покупательская	11.1.6.1 различать понятия «потребительская и покупательская лояльность»;	1	№13; Внеурочка 14

		лояльность	11.1.6.2 формировать стратегию взаимоотношений с потребителями через каналы коммуникации		
7	Стартап акселератор (1)	1.7 Каналы прибыли в стартапах	11.1.7.1 понимать сущность каналов прибыли, АВ-теста; 11.1.7.2 анализировать структуру доходов; 11.1.7.3 применять АВ-тест в целях анализа в учебно-игровых ситуациях	1	№15; Внеурочка №16
<b>II-четверть</b>					
1	Стартап акселератор (2)	2.1 Бизнес-ресурсы и управление ресурсами	11.2.1.1 понимать сущность и значимость ресурсов в стартапах; 11.2.1.2 различать бизнес-ресурсы, интеллектуальные, материальные, финансовые и человеческие ресурсы	2	№17,18, 19,20, 21
2	Стартап акселератор (2)	2.2 Партнерство в предпринимательской деятельности	11.2.2.1 понимать сущность, значение партнерства и аутсорса для стартапов; 11.2.2.2 описывать принципы партнерства; 11.2.2.3 применять навыки для формирования списков партнеров для своего проекта	1	№22; Внеурочка №23
3	Стартап акселератор (2)	2.3 Ключевая деятельность в бизнесе	11.2.3.1 понимать сущность операционной деятельности; 11.2.3.2 применять навык определения операционной деятельности для своего стартапа	2	№24,25 ; Внеурочка №26
4	Стартап акселератор (2)	2.4 Налоги в предпринимательской деятельности	11.2.4.1 описывать понятие налогов и их значение для государства; 11.2.4.2 различать особенности налоговых режимов	1	№27,28
5	Стартап акселератор (2)	2.5 Структура расходов	11.2.5.1 понимать структуру расходов; 11.2.5.2 анализировать структуру расходов и доходов стартап-проекта	1	№29; Внеурочка №30
6	Стартап акселератор (2)	2.6 Завершение проекта и анализ его результатов – питчинг бизнес-проектов	11.2.6.1 понимать инвестиционную привлекательность стартап-проекта; 11.2.6.2 применять навыки ораторского мастерства (питчинга) для привлечения внимания предполагаемых инвесторов	2	№31; Внеурочка №32
<b>III-четверть</b>					
1	Самопродвижение предпринимателя	3.1 Личные активы и пассивы	11.3.1.1 понимать сущность бюджета, активов и пассивов; 11.3.1.2 различать доходы и расходы	1	№33; Внеурочка №34
2	Самопродвижение предпринимателя	3.2 Сбережения, кредиты и депозиты	11.3.2.1. различать двухуровневую банковскую систему РК; 11.3.2.2. понимать сущность депозитов и	2	№35,36, 37,38

	ателя		кредитования; 11.3.2.3 понимать инфляцию как фактор влияния на кредитную и депозитную ставку; 11.3.2.4 применять навыки расчета депозитной и кредитной ставки		
3	Самопродвижение предпринимателя	3.3 Мировые денежные единицы, электронные деньги	11.3.3.1 описывать систему мировых денежных единиц; 11.3.3.2 различать наличный и безналичный расчет	-	Внеурочка №39
4	Самопродвижение предпринимателя	3.4 Фондовые рынки	11.3.4.1 знать механизм работы фондового рынка; 11.3.4.2 знать влияние экономических циклов на фондовый рынок; 11.3.4.3 определять разницу между видами ценных бумаг	1	№40,41
5	Самопродвижение предпринимателя	3.5 Управление личным бюджетом	11.3.5.1 понимать основы управления личным бюджетом; 11.3.5.2 применять инструменты управления личного бюджета	1	№42; Внеурочка №43
6	Самопродвижение предпринимателя	3.6 Самопродвижение	11.3.6.1 понимать сущность и состав понятия самопродвижения и личного брендинга; 11.3.6.2 определять разницу между компетентностью и квалификацией	1	№44
7	Самопродвижение предпринимателя	3.7 Резюме и практика составления резюме	11.3.7.1 применять навыки составления собственного резюме; 11.3.7.2 применять навыки самопродвижения при устройстве на работу в учебно-игровых ситуациях	1	№45 Внеурочка №46
8	Самопродвижение предпринимателя	3.8 Нетворкинг (профессиональные сети)	11.3.8.1 понимать значимость доверительных и долгосрочных отношений с людьми и взаимопомощи; 11.3.8.2 описывать собственное видение возможности использования потенциала профессионального взаимодействия для решения собственных задач	-	Внеурочка №47
9	Самопродвижение предпринимателя	3.9 Деловое общение предпринимателя – переговоры и практика переговоров	11.3.9.1 понимать значение переговоров для предпринимателя; 11.3.9.2 применять навыки переговоров при взаимодействии с другими учащимися в рамках учебно-игровых ситуаций	1	№48 Внеурочка №49
10	Самопродвижение предпринимателя	3.10 Эмоциональный интеллект	11.3.10.1 понимать сущность и назначение эмоционального интеллекта; 11.3.10.2 анализировать возможности достижения собственных целей посредством управления эмоциональным интеллектом	1	№50
11	Самопродвижение предпринимателя	3.11 Тайм-	11.3.11.1 понимать сущность и	1	№51

	жение предпринимателя	менеджмент	назначение тайм-менеджмента; 11.3.11.2 применять навыки управления временем в целях повышения личной эффективности.		Внеур ка №5
<b>IV-четверть</b>					
1	Стратегия развития	4.1 Масштабирование бизнеса – прогноз развития рынка	11.4.1.1 понимать сущность масштабирования бизнеса; 11.4.1.2 анализировать прогнозы развития рынка	1	№53
2	Стратегия развития	4.2 Способы и виды развития бизнеса	11.4.2.1 понимать сущность базовых стратегий развития; 11.4.2.2 понимать сущность экономического роста, ВВП, ВНП; 11.4.2.3 различать интенсивный и экстенсивный способы развития бизнеса	1	№54,5
3	Стратегия развития	4.3 Управление качеством	11.4.3.1 понимать сущность и состав управления качеством; 11.4.3.2 описывать принцип Кайдзен	-	Внеур ка №5
4	Стратегия развития	4.4 Международный бизнес	11.4.4.1 понимать сущность и значимость международного бизнеса; 11.4.4.2 синтезировать факторы из сферы международного бизнеса для формирования собственного видения стратегии выхода продукции Казахстана на международные рынки	1	№57 Внеур ка №58,5
5	Стратегия развития	4.5 Защита прав потребителя	11.4.5.1 знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав потребителей; 11.4.5.2 различать организации защиты прав потребителей; 11.4.5.3 применять навыки защиты прав потребителей через учебно-игровые ситуации	1	№60
6	Стратегия развития	4.6 Защита прав предпринимателя, институты поддержки бизнеса	11.4.6.1 знать комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на защиту прав предпринимателей; 11.4.6.2 различать организации защиты прав предпринимателей; 11.4.6.3 описывать институты поддержки бизнеса и предпринимательства; 11.4.6.4 понимать виды государственной поддержки МСБ; 11.4.6.5 применять навыки защиты прав предпринимательской деятельности через учебно-игровые ситуации	1	№61 Внеур ка №62
7	Стратегия развития	4.7 Ответственность предпринимателя	11.4.7.1 различать экономические, юридические, социальные, экологические, этические виды	1	№63 Внеур ка №64

		(экономическая, юридическая, социальная, экологическая, этическая)	ответственности предпринимателя		
8	Стратегия развития	4.8 Целеполагание	11.4.8.1 понимать сущность целеполагания; 11.4.8.2 применять инструменты целеполагания для эффективной постановки целей	1	№65 Внеурочка №46
9	Стратегия развития	4.9 Личная стратегия жизни	11.4.9.1 формировать личную стратегию карьеры через постановку правильных целей; 11.4.9.2 применять презентации личной стратегии жизни через навыки ораторского мастерства	2	№67,68
	<b>ИТОГО</b>			<b>36</b>	