|  |  |
| --- | --- |
| **Национальный** **исследовательский университет** **«Высшая школа экономики»****Лицей** | **Приложение 106**УТВЕРЖДЕНОпедагогическим советом Лицея НИУ ВШЭпротокол от 04.12.2017 |
|  |  |

**Рабочая программа учебного предмета (курса)**

**«Основы бизнеса»**

**10 класс**

**Авторы:**

Тищенко Н. Ю.

Андреева В. В.

1. **Планируемые результаты освоения учебного предмета (курса)**

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования освоение учебного предмета «Школа предпринимательства» предполагает достижение личностных, метапредметных и предметных результатов.

***Личностные результаты освоения учебного предмета включают в себя:***

• понимание основ поведения в экономической сфере для осуществления осознанного выбора будущей специализации;

• использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни для решения практических задач, связанных с жизненными ситуациями; совершенствования собственной познавательной деятельности; оценки происходящих событий и поведения людей с экономической точки зрения;

• владение навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований, границ своего знания и незнания, новых познавательных задач и средств их достижения.

• готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;

• владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;

• умение самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в различных ситуациях;

***Предметные результаты освоения учебного предмета включают в себя:***

• понимание смысла основных теоретических положений экономической науки;

• знание основных экономических принципов функционирования фирмы, рынка и государства;

• понимание сути взаимодействия рынков, прямых и косвенных налогов, взаимовыгодной торговли;

• знание основных методов планирования, организации и контроля деятельности предприятия;

• знание основных методов исследования целевого потребителя и приемов применения полученных сведений.

***Метапредметные результаты освоения учебного предмета включают в себя:***

• владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических и аналитических задач;

• готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;

• умение использовать средства информационных и коммуникационных технологий (далее – ИКТ) в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности;

**2. Содержание учебного предмета**

***Тема 1. Бизнес и предпринимательство.***

Основные понятия: бизнес, предпринимательство, коммерция. Мотивация и личные цели предпринимателя. Личное удовлетворение. Четыре основные цели предпринимателя – контроль, вызовы, креативность, деньги.

***Тема 2. Правовые основы предпринимательской деятельности.***

Организационно-правовые формы предприятий. Отрасли и их классификация. ОКВЭД и лицензирование. Налогообложение малого бизнеса. Как открыть свое дело. Порядок оформления предприятия малого бизнеса в РФ. Содействие предпринимательству и ресурсы поддержки. Центры по развитию малого бизнеса Торговые и промышленные ассоциации. Статистические данные и порталы государственных органов.

***Тема 3. Отраслевые различия в бизнесе***

Отраслевые различия в бизнесе. Анализ отраслей: размеры и темп роста, зрелость, экономические показатели, сезонность, технологии, гос. регулирование, каналы поставок и распределения, глобализация, факторы конкурентоспособности, барьеры входа.

Основные показатели успешности бизнеса с учетом отрасли: чистая прибыль, расходы, средний чек, ROI, CPA, стоимость привлечения одного клиента, количество продаж одному клиенту в год (ценность жизненного цикла клиента), средняя прибыль с одной сделки, конверсии.

***Тема 4. Конкуренция***

Конкуренция: оценка конкурентов, распределение долей рынка, стратегические возможности. Конкурентные позиции бизнеса. Оценка конкурентов. Факторы потребительского восприятия. Внутренние операционные факторы и другие факторы конкурентоспособности. Пять сил Портера.

***Тема 5. Виды бизнеса и бизнес-модель (по Остервальдеру).***

Девять блоков модели: потребительские сегменты, предоставляемая ценность, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, доходы, расходы. Практическое исследование потребительского рынка. Методы исследования рынка: наблюдение, интервью, опрос, фокус – группы. Оценка полученных данных. Фокусировка на проблеме и генерация идей. Проверка идеи.

***Тема 6. Маркетинг.***

Функции маркетинга в компании. Концепция 4P. Сущность клиентоориентированной компании. Исследование потребителей. Деятельность фирмы в цифровой среде. Интернет-коммуникации: сайт, социальные сети. Омниканальность. Инструменты продвижения с минимальным бюджетом. Стратегический маркетинг и его задачи. Анализ внешней среды компании с точки зрения маркетинга. Позиционирование бренда. Принципы ценообразования, роль ценообразования в маркетинге. Типы сегментирования потребительских рынков. Какие бывают типовые маркетинговые стратегии и как они работают. Кастомизация.

***Тема 7. Брендинг и его роль в развитии бизнеса.***

Понятие бренда. Основные брендируемые объекты и типы брендов (компания-производитель, торговая компания, ассортиментная линейка, охватывающая разные товарные категории, товар одной товарной категории, компонент/ингредиент/составляющая, сопровождающая товар услуга). Типы брендов и стратегии брендинга. Дом брендов и брендированный дом: преимущества и недостатки различных подходов к брендированию. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов. Легенда бренда.

***Тема 8. Корпоративное управление***

Понятие организации. Типы структуры организации. Структура команды стартапа. Лидерство и мотивация. Окружение организации и анализ внешней среды. Выявление сильных и слабых сторон компании. Возможности и угрозы. Управление рисками.

***Тема 9. Основы проектного управления.***

Что такое проект. Признаки проекта. Место и роль управления проектами в управленческой деятельности. Участники проекта. Роль и функции основных участников. Взаимодействие участников проекта. Внутренняя среда проекта. Процессы управления проектами: инициация, планирование, выполнение, контроль и завершение проекта. Основные задачи, решаемые на разных стадиях управления проектом. Критерии успеха проекта. Факторы, влияющие на успех проекта. Стартап как проект.

***Тема 10. Бюджетирование и финансовое планирование.***

Источники финансирования бизнеса. Финансовый план: оценка выручки, план прибылей и убытков, прогноз денежных потоков. Основные показатели доходности: NPV – чистый дисконтированный доход (чистая приведенная стоимость проекта); IRR – внутренняя норма доходности (прибыли/ рентабельности) инвестиций; DPBP - дисконтированный срок окупаемости инвестиций.

***Тема 11. Составление бизнес-плана.***

Структура бизнес-плана. Резюме бизнес-плана. Презентация. Защита бизнес-проектов.

**3. Тематическое планирование**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № темы | Тематическое содержание курса | Количествоаудиторных часов | Основные виды деятельности |
| 1. | Бизнес и предпринимательство. | 6 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест.  |
| 2. | Правовые основы предпринимательской деятельности. | 8 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 3. | Отраслевые различия в бизнесе. | 6 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 4. | Конкуренция.  | 4 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 5. | Виды бизнеса и бизнес-модель (по Остервальдеру). | 10 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 6. | Маркетинг. | 6 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 7. | Брендинг и его роль в развитии бизнеса. | 4 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 8. | Корпоративное управление | 4 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 9. | Основы проектного управления. | 4 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 10. | Бюджетирование и финансовое планирование. | 8 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Тест. |
| 11. | Составление бизнес-плана. | 8 | Лекция и дискуссия по обозначаемой преподавателем проблематике. Презентация бизнес-планов. |
|  | **Итого** | **68** |  |

**Дополнительные материалы:**

**Учебно-методическое обеспечение образовательной деятельности**

Учебно-методическое обеспечение реализации учебного курса «Основы бизнеса» базируется на изучении обучающимися фрагментов оригинальных текстов авторов теорий, концепций и исследований в области экономической и управленческой науки. Базовыми учебниками учебного курса являются:

1. Остервальдер А., Пенье Ив. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2017
2. Cимоненко В. Д. Основы предпринимательства. 10—11 кл.: Учеб. пособие. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2005
3. Стартап-гайд. Как начать… и не закрыть свой интернет-бизнес. /Под ред. Зобниной М.Р. – М.: Альпина Паблишер, 2017
4. Липсиц И.В. Экономика. Учебник для 10,11 классов. Базовый уровень. Издательство «ВИТА-ПРЕСС»
5. Абрамс Р. Бизнес-план на 100%. М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
6. Остервальдер А. Разработка ценностных предложений. Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг. - М.: Альпина Паблишер, 2017