

УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ВИТЕБСКОГО ОБЛИСПОЛКОМА

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ
«ВИТЕБСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ»

Школьные бизнес-компании – потенциал бизнес-образования школьников

Практические материалы

**Витебск
2016**

Печатается в соответствии с решением редакционно-издательского совета государственного учреждения дополнительного образования взрослых «Витебский областной институт развития образования»

Составители:

Ида Александровна Ситникова, начальник отдела воспитательной, идеологической, социальной работы и специального образования Витебского областного института развития образования

Татьяна Геннадьевна Сороко, методист отдела воспитательной, идеологической, социальной работы и специального образования Витебского областного института развития образования

Рецензент:

А.В.Гречаников, доцент кафедры охраны труда и химии УО «Витебский государственный технологический университет», кандидат технических наук

Ш 67 Школьные бизнес-компании – потенциал бизнес-образования школьников: практические материалы. – Витебск: ГУДОВ «ВО ИРО», 2016. – 78 с.

Материалы из опыта работы педагогов Витебской области по организации деятельности школьных бизнес-компаний в учреждениях образования содержат описание процесса создания ШБК, методических подходов к проведению занятий по обучению бизнесу и предпринимательству. В издании представлены также разработки практических занятий в различной форме, дидактические материалы для их проведения, программы дополнительного образования учащихся и факультативных занятий.

Сборник предназначен руководителям учреждений образования, их заместителям, учителям, выполняющим функции классного руководителя, слушателям повышения квалификации.

ББК 74.204

Введение

Одним из главных приоритетов развития экономики Беларуси в настоящее время является повышение роли предпринимательства. Многие экономисты и педагоги говорят о том, что прививать предпринимательские навыки работы детям необходимо с самого раннего возраста. В связи с этим и государственные, и общественные организации в последние годы уделяют огромное внимание данной теме, пытаются изменить многие стереотипы, сложившиеся в общественном сознании по отношению к фигуре и труду предпринимателя.

Раскрепощение деловой инициативы и развитие креативности граждан способствуют формированию конкурентной среды, активизации инновационной деятельности, созданию рабочих мест, насыщению рынка товарами, повышению уровня жизни граждан. В этой связи одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Беларуси является развитие человеческого потенциала и предпринимчивости.

Нашим детям жить в завтрашней Беларуси. Какой она будет – зависит от нас, но жить в ней предстоит им. И мы должны подготовить их к жизни в Беларуси новой, работающей по общемировым экономическим законам.

В современном обществе развитие молодежного предпринимательства как социального и экономического явления очень важно, поскольку именно молодые люди в большей степени склонны к инновационной деятельности, построению бизнесов с малобюджетных стартов и имеют большой запас энергии и времени на долгосрочное развитие своих бизнесов.

Популяризация и поднятие престижа, демонстрация адекватной картины о профессии предпринимателя крайне необходимы сегодня в системе школьного образования. Поскольку дети разные и далеко не все имеют склонность к предпринимательской деятельности, то для нормального функционирования белорусской экономики крайне необходимо развивать предпринимательские навыки в тех детях, в которых они заложены природой.

Формирование предпринимательского мышления должно стать неотъемлемым элементом в национальной системе образования, так как сегодняшние школьники в ближайшие десятилетия будут определять благосостояние страны, накапливать ее потенциал в экономической, научной и культурных сферах, обеспечивать безопасность государства. Необходимость формирования предпринимательского мышления в школе вызвана требованием воспитания членов общества, способных действовать в современных рыночных условиях, правильно оценивать экономические процессы и эффективно участвовать в них. Эту задачу успешнее всего можно решить через участие молодежи в деятельности школьных бизнес-компаний. Такое участие дает молодежи представление о сущности и основных особенностях предпринимательства как особого рода деятельности, формирует у них знания о полном цикле предпринимательской деятельности, о том, что необходимо для создания собственного дела, а также может помочь молодежи сориентироваться в выборе профессии.

Предоставленная каждому школьнику возможность собрать команду единомышленников и создать в своем учреждении образования школьную бизнес-компанию, а главное – мотивация школьников на эффективную работу посредством выездных семинаров, соревнований и слетов позволят через 3-4 года значительно увеличить число молодых активных предпринимателей в регионе.

Школьная бизнес-компания (далее – ШБК) – это объединение, созданное с целью получения учащимися практических навыков по основам предпринимательства и управления и направленное на развитие экономического образования и молодежного пред-

принимательства, а также способствующее профессиональному самоопределению учащихся. ШБК могут организовываться в учреждениях образования любого типа. ШБК действует в соответствии с принятым Уставом учреждения образования и Положением о деятельности ШБК (Приложение 1), утвержденным руководителем учреждения.

Стартовым этапом организации деятельности была реализация в 2015-2016 учебном году совместно с Витебским бизнес-центром международного проекта «Школьные бизнес-компании: потенциал бизнес-образования школьников», который был реализован при поддержке Фонда «Евразия» за счёт средств Агентства США по международному развитию (USAID). Работа бизнес-компаний была организована в правовом поле учреждений образования и под непосредственным руководством педагогов. В рамках международного проекта 18 педагогов области прошли обучение по вопросам организации деятельности ШБК.

Организация процесса обучения школьников основам экономических знаний, менеджмента, маркетинга, предпринимательства требует подготовки высококвалифицированных кадров. Качественная подготовка современного специалиста подразумевает достаточно высокое техническое оснащение процесса обучения и практической деятельности. Опыт показывает, что очная подготовка таких специалистов требует немалых денежных вложений, занимает достаточно продолжительное время. Нынешнее развитие системы образования предлагает более оптимальные по временным рамкам и бюджетным вложениям технологии обучения, например, дистанционное.

С целью повышения качества обучения педагогам предоставлена возможность накапливать, хранить информацию, обмениваться ею, участвовать в он-лайн семинарах, консультациях. Реализация указанных форм работы стала возможна благодаря использованию потенциала портала vityinvest.by, на котором размещено большое количество материалов по организации деятельности школьной бизнес-компании, созданы клубы учителей ШБК и учащихся ШБК.

В рамках проекта была разработана программа дополнительного образования детей и молодежи «Юный предприниматель» (Приложение 2). При ее реализации очень важно учитывать деятельностный подход в обучении и поэтому целесообразно вести обучение параллельно с процессом создания и работы ШБК. Консультационное сопровождение организации работы ШБК осуществлялось специалистами ОДО «Витебский бизнес-центр».

Прикладная составляющая программы по основам предпринимательской деятельности позволила осознать учащимся роль экономики и бизнеса в формировании условий жизни, состоянии общества и окружающей среды, понять значение образования, усвоить модели эффективного социально-экономического поведения и успешной профессиональной деятельности, стать активными и ответственными участниками общественных процессов и преобразований.

Разработка и реализация обозначенных выше программ обучения позволила усилить партнерство между бизнесом и образованием, обеспечила усвоение теоретического материала по основам экономики и предпринимательства педагогами и учащимися.

Помимо разработанной программы дополнительного образования детей и молодежи педагоги могут использовать в своей работе программу факультативных занятий для учащихся «Основы предпринимательства» (Приложение 3), рекомендованную Национальным институтом образования.

Педагоги области – участники проекта активно включились в творческий процесс по созданию школьных бизнес-компаний: ими разработаны программы обучения учащихся основам бизнеса, при реализации которых они используют активные формы обучения. Методы и приемы, используемые педагогами, разнообразны, что особенно ярко

демонстрируют разработки занятий, подготовленные педагогами. Заместитель директора по учебной работе государственного учреждения образования «Ореховская средняя школа имени Н.Л. Костюченко Ушачского района» Пацейко Евгения Юрьевна предложила методическую разработку «Предпринимательская деятельность и ее виды» (Приложение 4). Учитель информатики государственного учреждения образования «Гимназия № 6 г. Витебска» Никифорова Ирина Александровна разработала занятие «Что такое предпринимательство» (Приложение 5). Оригинальную работу предоставила учитель изобразительного искусства гимназии №4 г. Витебска Даргель Татьяна Марьяновна. Она разработала практическое занятие «Поиск идей для школьной бизнес-компании методом мозгового штурма, используя «Mindmap» (Приложение 6). Деловая игра «Кадровый вопрос» разработана педагогом-психологом государственного учреждения образования «Средняя школа № 16 г. Орши» Ольгой Леонидовной Орловой (Приложение 7). Занятие «Рынок и рыночные отношения» разработала Далимаева Аксана Сергеевна, учитель государственного учреждения образования «Новиковская детский сад-базовая школа Шумилинского района» (Приложение 8). Занятие на тему «Банковский процент» для учащихся 9-10 классов подготовлено учителем математики государственного учреждения образования «Браславская гимназия» Мацкевичем Дмитрием Геннадьевичем (Приложение 9). Практикум (с элементами ток-шоу) «Что такое предпринимательство» подготовлен учителем трудового обучения государственного учреждения образования «Средняя школа №46 г. Витебска» Дубовик Людмилой Георгиевной (Приложение 10). Практическое занятие «Как стать успешным предпринимателем» разработали педагоги государственного учреждения образования «Средняя школа №40 г. Витебска» Базеко Ирина Николаевна и Баранова Наталья Петровна (Приложение 11). Совместную исследовательскую работу «Экономико-математическое обоснование эффективности создания школьной бизнес-компании по производству текстильных изделий и сувениров», которая представляет из себя одну из возможных моделей бизнес-плана, подготовили учитель математики государственного учреждения образования «Средняя школа № 31 г. Витебска» Кожемякина Наталья Александровна и учащийся 9 «А» класса Ковпак Артем (Приложение 12).

Специалисты Витебского бизнес-центра и методисты Витебского областного института развития образования осуществляли постоянное консультационное сопровождение процессов обучения педагогов, обучения учащихся и оказывали методическую помощь в создании бизнес-планов ШБК (Приложение 13). Учитывая то, что для педагогов вопросы экономики и предпринимательства являются достаточно сложными, важную роль играет самообразование. Для более глубокого изучения экономических вопросов, развития предпринимательских качеств педагогами может быть использована специальная литература, списки которой приводятся в программах, а также Интернет-ресурсы (Приложение 14).

Успешный опыт создания ШБК в пилотных учреждениях образования позволит мультиплицировать его более активно в других учреждениях образования Витебской области, а также в других регионах Беларуси. Реорганизованный бизнес-портал (платформа дистанционного обучения и социальная бизнес-сеть) доступны создаваемым ШБК.

Творческая работа педагогов области содействовала распространению и развитию информационно-методических ресурсов и инфраструктуры по обучению учащихся учреждений образования Витебской области основам предпринимательства и реализации ими деловых инициатив через участие в деятельности школьных бизнес-компаний в интересах устойчивого развития своей малой родины.

Положение об организации и функционировании школьной бизнес-компании (примерное)

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение об организации и функционировании школьной бизнес-компании (далее – Положение) определяет цели, задачи, условия и порядок организации, направления и содержание работы, структуру школьной бизнес-компании (далее – ШБК).

1.2. ШБК создается на базе учреждения образования, обеспеченного высококвалифицированными педагогическими кадрами, в котором реализуется интеграция и концентрация материально-технических, информационных, интеллектуальных и иных ресурсов.

1.3. В своей деятельности ШБК руководствуется законодательством Республики Беларусь (Гражданский кодекс Республики Беларусь (статья 1 «Отношения, регулируемые гражданским законодательством», статья 25 «Дееспособность несовершеннолетних в возрасте от четырнадцати до восемнадцати лет», Кодекс Республики Беларусь об образовании (статья 13 «Дополнительное образование», статья 23 «Структура учреждения образования»), нормативными документами Министерства образования Республики Беларусь и Министерств экономики и финансов Республики Беларусь, управления образования Витебского облисполкома, управления экономики Витебского облисполкома, районных (городских) отделов образования, спорта и туризма и экономики, настоящим Положением.

1.4. ШБК осуществляет свою деятельность во взаимодействии с управлением образования Витебского облисполкома, управлением экономики Витебского облисполкома, государственным учреждением дополнительного образования взрослых «Витебский областной институт развития образования», ОДО «Витебский бизнес-центр», районным (городским) отделом образования, спорта и туризма, с учреждениями образования своего региона и области, с другими педагогическими, общественными организациями по вопросам своей компетенции и с заинтересованными физическими лицами.

1.5. ШБК не является юридическим лицом.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. ШБК создается по решению Совета учреждения образования и действует в соответствии с Уставом государственного учреждения образования и Положением о школьной бизнес-компании, утвержденным директором учреждения образования и согласованным с начальником районного (городского) отдела образования, спорта и туризма.

2.2. ШБК открывается на основании приказа директора учреждения образования.

2.3. Создание на базе учреждения образования ШБК не приводит к изменению его организационно-правовой формы, типа и вида, в его Уставе не фиксируется.

2.4. Учреждение образования для осуществления им функций ШБК самостоятельно разрабатывает и принимает необходимые локальные правовые акты, не противоречащие действующему законодательству, Уставу учреждения образования и Положению о ШБК.

2.5. В работе ШБК могут принимать участие учащиеся в возрасте от 14 лет.

2.6. Учащиеся участвуют в деятельности ШБК только в период обучения в учреждении образования.

2.7. Директор учреждения образования, на базе которого создана ШБК, в целях обеспечения выполнения необходимых функций закрепляет за ШБК соответствующие помещения, оборудование, а также – иное имущество и назначает лиц, несущих материальную и правовую ответственность за их сохранность и эксплуатацию.

2.8. Состав ШБК утверждается приказом директора учреждения образования.

2.9. Учащийся может войти и выйти из состава ШБК на основании заявления одного из законных его представителей. Директор школы издает приказ о включении и об исключении учащегося в (из) состава ШБК.

2.10. Директор учреждения образования совместно с Советом школы создает благоприятный режим для деятельности ШБК, организует взаимодействие с районным (городским) отделом образования, спорта и туризма, координацию образовательного и производственного процессов в рамках ШБК.

2.11. Члены ШБК участвуют в выборе идеи, написании бизнес-плана, организации производства, разработке и реализации маркетинговой стратегии, реализуют продукцию (товары, услуги), готовят отчетные и финансовые документы, участвуют в ярмарках, слетах, форумах и др.

2.12. Бизнес-план деятельности ШБК разрабатывается совместно с ОДО «Витебский бизнес-центр» и утверждается директором учреждения образования.

2.13. ШБК реализует свою продукцию и услуги за наличный и безналичный расчеты в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь.

2.14. ШБК может осуществлять деятельность на территории учреждения образования, предприятий и организаций района (города).

2.15. Консультационное сопровождение деятельности ШБК осуществляет ОДО «Витебский бизнес-центр» на договорной основе.

2.16. Ведение отчетности ШБК осуществляется при обязательном участии ее руководителя.

2.17. Формы и перечень необходимых первичных и отчетных документов для работы ШБК утверждаются руководителем учреждения образования по согласованию с ОДО «Витебский бизнес-центр» в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь.

2.18. Отчёт о деятельности ШБК предоставляется ее руководителем ежемесячно директору учреждения образования и далее - ОДО «Витебский бизнес-центр» в электронном виде. ОДО «Витебский бизнес-центр» ежемесячно готовит экспертное заключение о деятельности ШБК, на основании которого в случае необходимости ШБК принимает меры по обеспечению безубыточности.

2.19. По завершении финансового периода, который совпадает с учебным годом, в течение 5 рабочих дней руководство ШБК при содействии его руководителя готовит отчет о своей деятельности. Отчет представляется директору учреждения образования и далее – Государственному учреждению дополнительного образования взрослых «Витебский областной институт развития образования», ОДО «Витебский бизнес-центр», которые готовят экспертное заключение о деятельности ШБК за год.

III. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

3.1. Основной целью деятельности ШБК является развитие экономического образования и молодёжного предпринимательства, новаторства, получение учащимися практических навыков по основам предпринимательства и экономики, а также – содействие профессиональному самоопределению учащихся.

3.2. Задачами ШБК являются:

- создание реально действующего и безубыточного бизнес-проекта в рамках учреждения образования;
- отработка всех этапов функционирования предприятия в реальных экономических условиях с последующим проведением анализа различных аспектов хозяйственной деятельности предприятия, его экономической самостоятельности, эффективной организации производства;
- развитие организационных навыков и психологической готовности учащейся молодежи приступить к работе после окончания учреждения образования;
- участие учащихся в реализации практических проектов, бизнес-планов;
- улучшение материально-технической базы учреждения образования.

IV. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1. Основными видами деятельности ШБК могут являться виды деятельности согласно ОКЭД, относящиеся к производству и сервису, не требующие государственных разрешений и согласований.

V. РУКОВОДСТВО

5.1. Непосредственное руководство деятельностью ШБК осуществляет директор учреждения образования.

5.2. Оперативное руководство работой ШБК осуществляет руководитель, который назначается приказом директора учреждения образования из числа его педагогических работников с установлением доплаты в соответствии с Положением «О порядке и условиях установления надбавок стимулирующего характера к окладам» данного учреждения.

5.3. Руководитель ШБК несет ответственность за деятельность компании и подотчетен директору учреждения образования.

5.4. Руководитель ШБК организует всю плановую и текущую работу компании, контролирует реализацию избранной стратегии ее развития, принимает необходимые меры по обеспечению достижения цели и задач, стоящих перед ШБК.

5.5. Ответственность за соблюдение правил безопасного поведения, соблюдение норм и правил охраны труда, санитарных и противопожарных правил при производстве товаров и реализации услуг возлагается на руководителя ШБК.

5.6. Иные руководящие должности в ШБК могут занимать учащиеся.

VI. ФИНАНСИРОВАНИЕ

6.1. Финансирование деятельности ШБК производится за счёт внебюджетных средств учреждения образования, спонсорских пожертвований от физических и юридических лиц, а также – из иных источников, не запрещённых законодательством Республики Беларусь.

VII. ПРЕКРАЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7.1. Прекращение деятельности ШБК осуществляется по решению Совета школы.

7.2. Основанием для прекращения деятельности ШБК является приказ директора учреждения образования.

Программа дополнительного образования детей и молодежи "Юный предприниматель"

Разработчик: Ситникова Ида Александровна, начальник отдела воспитательной, идеологической, социальной работы и специального образования Витебского областного института развития образования

Срок реализации: 1 год

Возраст обучающихся: 14-17 лет

Пояснительная записка

Создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности является одним из основных стратегических факторов устойчивого развития Республики Беларусь.

Раскрепощение деловой инициативы и развитие креативности граждан способствуют формированию конкурентной среды, активизации инновационной деятельности, созданию рабочих мест, насыщению рынка товарами, повышению уровня жизни граждан. В этой связи одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Беларуси является развитие человеческого потенциала и предприимчивости.

Формирование предпринимательского мышления должно стать неотъемлемым элементом в национальной системе образования, так как сегодняшние школьники в ближайшие десятилетия будут определять благосостояние страны, накапливать ее потенциал в экономической, научной и культурных сферах, обеспечивать безопасность государства. Необходимость формирования предпринимательского мышления в школе вызвана требованием воспитания членов общества, способных действовать в современных рыночных условиях, правильно оценивать экономические процессы и эффективно участвовать в них.

Актуальность обучения также обусловлена противоречиями между требованиями к подготовке молодого поколения, вступающего в жизнь в новых, непрерывно и быстро меняющихся экономических и социальных условиях, и недостаточной разработанностью педагогических основ их осуществления; между требованиями научно-технического прогресса к кадровому потенциалу бизнеса и недостаточной разработанностью сущности процесса формирования предпринимательских компетенций выпускников школ; между требованиями работодателей, нуждающихся в активных, результативных, компетентных молодых сотрудниках и подготовленностью учащихся к будущей самостоятельной трудовой деятельности, адаптации к деловой активности и построению успешной карьеры.

Программа дополнительного образования «Юный предприниматель» (базовый уровень, социально-экономический профиль) разработана на основе типовой программы дополнительного образования детей и молодежи, утвержденной Министерством образования Республики Беларусь в 2012 году.

Цель программы: воспитание личности, способной ориентироваться в современных социально-экономических условиях, принимать самостоятельные решения, активно участвовать в экономических процессах, занимать активную гражданскую позицию.

Задачи программы:

- обучение учащихся основам экономических знаний;
- воспитание у учащихся позитивной жизненной позиции, готовности к труду на благо Родины;

- формирование у учащихся предпринимательских компетенций;
- содействие профессиональному самоопределению учащихся.

При обучении учащихся по данной программе целесообразно использовать деятельностный подход: обучение идет параллельно с процессом создания и работы школьной бизнес-компании. Программа включает теоретическую часть и практические занятия (практикумы, исследовательские и творческие работы, конференции, деловые и ролевые игры, игровое моделирование и др.) и *рассчитана на учащихся 14-17 лет. Продолжительность обучения по данной программе – 1 учебный год, количество часов – 35.*

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов, тем	Всего часов	Теорет.	Практич.
1	Вводное занятие	1	1	-
2	Сущность предпринимательства	10	5	5
2.1	Что такое предпринимательство	2	1	1
2.2	Предпринимательская деятельность и её виды	2	1	1
2.3	Как стать успешным предпринимателем	2	1	1
2.4	Рынок и рыночные отношения	2	1	1
2.5	Бизнес-коммуникации	2	1	1
3	Организация собственного дела	14	4	10
3.1	Модели и стратегии, процессы и риски	2	1	1
3.2	Бизнес-планирование	4	1	3
3.3	Правовые аспекты организационных вопросов	2	1	1
3.4	Как правильно подобрать кадры и организовать их эффективную работу	2	1	1
3.5	Основы маркетинга	2	1	1
3.6	Реализация бизнес-плана	2		2
4	Финансовая эффективность бизнеса	6	3	3
4.1	Учет и бухгалтерия. Расчеты и банки	2	1	1
4.2	Инвестиции и затраты. Цены, выручка и прибыль	2	1	1
4.3	Финансовая эффективность	2	1	1
5	Управленческий учет	3	2	1
6	Итоговое занятие	1		1
Всего		35	15	20

Содержание программы

1. Вводное занятие.

Комплектование объединения по интересам. Вводный инструктаж по правилам безопасного поведения на занятиях. Ознакомление учащихся с программой объединения по интересам. Режим работы объединения по интересам. Права и обязанности учащихся.

2. Сущность предпринимательства

2.1. Что такое предпринимательство.

Определения предпринимательства. Классификация предпринимательства. Социальные роли предпринимателя. Частное и коллективное предпринимательство. Лидерство в предпринимательстве. Оценка готовности к предпринимательству.

Практическая работа: игровое моделирование – составление автопортрета «Я – будущий предприниматель».

2.2. Предпринимательская деятельность и её виды.

Предпринимательская деятельность и её виды. Организационно-правовые формы предпринимательства. Права и обязанности лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью. Разрешения. Охрана труда и техника безопасности.

Практическая работа: экономический тренинг «Наказы юному предпринимателю».

2.3. Как стать успешным предпринимателем.

Понятия «успех» и «неудача» в предпринимательстве. Типы мотивации в предпринимательстве. Обучение на ошибках и достижениях. Выбор идеи из личных приоритетов. Развитие предприимчивости.

Практическая работа: творческая работа «Лестница успеха».

2.4. Рынок и рыночные отношения.

Рынок: спрос, предложение, конъюнктура. Макро- и микросреда. Рынки – промышленный и потребительский. SWOT-анализ. Конкурентные преимущества. Потребители. Конкуренты. Поставщики. Партнеры. Выбор идеи из рыночных соображений, инновации и копирование.

Практическая работа: составление SWOT-анализа.

2.5. Бизнес-коммуникации.

Понятие и функции бизнес-коммуникаций. Деловой этикет. Полезные связи. Выступление. Общение. Влияние. Переговоры – подготовка, проведение. Продажи – цели и этапы. Барьеры взаимопонимания. Презентация. Совещание. Звонки по телефону и видеоконференции. “Круглая методика” решения проблем.

Практическая работа: пресс-конференция «Навстречу друг другу»

3. Организация собственного дела

3.1. Модели и стратегии, процессы и риски.

Выбор идеи, исходя из ресурсов. Бизнес-модели. Бизнес-стратегии. Бизнес-процессы и регламенты. Риски и их минимизация. Самострахование и страхование.

Практическая работа: разработка бизнес-модели.

3.2. Бизнес-планирование.

Виды бизнес-планов. Принципы бизнес-планирования. Разделы бизнес-планов. Виды деятельности бизнес-компании. Подготовка бизнес-плана проекта. Экспертиза бизнес-плана. Регулярное бизнес-планирование. Коммерческая тайна.

Практическая работа: разработка бизнес-плана компании.

3.3. Правовые аспекты организационных вопросов.

Правовая база бизнеса. Цель и задачи, содержание и структура компании. Требования к компании (доходность, безопасность, малозатратность, партнерство). Создание и ликвидация компании. Оценка деятельности компании. Отчеты и их анализ.

Практическая работа: правовая викторина.

3.4. Как правильно подобрать кадры и организовать их эффективную работу.

Классификация профессий. Определение функции и обязанностей. Выбор кандидатов. Найм. Адаптация. Мотивация. Командообразование. Конфликты. Увольнение. Анализ кадров.

Практическая работа: деловая игра «Отдел кадров», викторина «Мир профессий».

3.5. Основы маркетинга.

Что такое маркетинг. Виды маркетинга. Основные законы маркетинга. Исследования и организация деятельности на рынке товаров, услуг и ценных бумаг. Роль маркетинга в приспособлении производства к требованиям рынка. Продвижение товаров от производителя к потребителю. Кто такой маркетолог? Стратегия маркетинга. Комплекс маркетинга. График и бюджет маркетинга. Оценка эффективности мероприятий. Взаимодействие с консультантом и другими организациями.

Практическая работа: составление плана маркетинговых мероприятий и его бюджета.

3.6. Реализация бизнес-плана.

Проектирование, снабжение, помещение, оборудование, материалы, производство, логистика. Технологии и инновации. Доступность. Эргономика. Экологичность.

Практическая работа: ролевая игра «Бизнес-компания».

4. Финансовая эффективность бизнеса

4.1. Учет и бухгалтерия. Расчеты и банки.

Назначение бухгалтерского учета, виды бухучета. Счета и баланс. Документация. Обязательная отчетность. Финансовый контроль. Расчеты наличными. Касса и операции. Расчеты безналичные. Документы при расчетах.

Взаимодействие с банком. Расчетно-кассовое обслуживание банков. Банковские услуги. Электронные платежи. Выписка банка.

Практическая работа: деловая игра «Банк».

4.2. Инвестиции и затраты. Цены, выручка и прибыль.

Виды инвестиций. Источники инвестиций. Направления для инвестирования. Обоснованность инвестиций.

Отличие затрат от расходов. Виды затрат – переменные и постоянные, производительные и непроизводительные. Состав и структура затрат. Экономическое обоснование цен. Виды доходов в бизнесе. Анализ отчета о прибылях и убытках. Распределение прибыли.

Практическая работа: деловая игра «Поиск инвесторов».

4.3. Финансовая эффективность.

Абсолютные и относительные показатели. Задолженности. Оборачиваемость. Оценка устойчивости и безубыточности проекта в условиях неопределенности и рисков.

Практическая работа: оценка финансовой эффективности бизнес-компании.

5. Итоговое занятие.

Формы и методы реализации программы

При проведении занятий целесообразно использовать разнообразные формы проведения занятий: лекции для объяснения теоретического материала, семинары, практикумы, конференции, моделирование и проектирование. С учетом того, что реализация данной программы может идти параллельно с процессом создания школьной бизнес-компании, на первое место выходит деятельностный подход в обучении, то есть обучение в процессе деятельности.

Формой подведения результатов образовательного процесса может стать выставка продукции школьной бизнес-компании, защита творческого проекта.

Важную роль в реализации данной программы играет социальное партнерство: взаимодействие с другими учебными заведениями, представителями бизнеса, промышленными предприятиями, общественными организациями.

Ожидаемые результаты

Реализация программы позволит:

осознать учащимися роль экономики и бизнеса в формировании условий жизни, состоянии общества и окружающей среды,

понять значение образования, усвоить модели эффективного социально-экономического поведения и успешной профессиональной деятельности, стать активными и ответственными участниками общественных процессов и преобразований.

Список литературы для педагога

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник для студентов экон. спец. вузов / И.Л. Акулич. - 6-е изд., испр. - Минск: Вышэйшая школа, 2008.
2. Велесько, Е.И. Инвестиционное проектирование: учеб.пособие / Е.И. Велесько, А.А. Илюкович. - Минск: БГЭУ, 2003. - 351 с.
3. Глущенко, В.В. Риски инновационной и инвестиционной деятельности в условиях глобализации / В.В. Глущенко. – Москва: ТОО НПЦ "Крылья", 2006. – 232 с.
4. Гончаров, В.И. Инвестиционное проектирование. Учебно-методический комплекс / В.И. Гончаров. – Минск: Изд-во МИУ, 2006. -210 с.
5. Догиль, Л.Ф. Управление хозяйственным риском: учебное пособие / Л.Ф. Догиль. – Минск: «Книжный дом» Мисанта, 2005. – 189 с.
6. Доил, Д. Как создать предприятие. Руководство для менеджеров, вкладчиков, экономических служб. / Д.Доил. – Таллинн, 1991. – 101с.
7. Дойль, П. Маркетинг менеджмент и стратегии: [учебник: пер. с англ.] / П. Дойль, Ф. Штерн. - 4-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2007.
8. Дурович, А.П. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А.П.Дурович. - Москва: Издательство ТетраСистемс, 2009.
9. Елисеева, Т.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие. / Т.П. Елисеева. – Москва: Современная школа, 2007. – 154 с.
10. Зелль, А.М. Бизнес-планирование: инвестиции и финансирование, планирование и оценка проектов: учебное пособие для вузов / А.М. Зелль. – Москва: Ось-89, 2007. – 192 с.
11. Золотогоров, В.Г. Инвестиционное проектирование: учебное пособие для вузов / В.Г.Золотогоров. – Минск: ИП Экоперспектива, 2005. – 463 с.
12. Как разработать бизнес-план (TASIC) [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://www.tacisinfo.ru/brochpdf/busiplan.pdf> - Дата доступа: 02.12.2014.
13. Как создать свой бизнес: справочное руководство начинающему предпринимателю / под ред. Невиак Свен-Олаф. - Минск: BelarusConsult Wirtschaftsberatung für Belarus, Потсдам, 2009. – 150 с.
14. Клоков, И. Бизнес-план на компьютере: быстро и просто / И. Клоков. – С.-Петербург: Издательство Питер. – 2008. – 170 с.
15. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / Ф.Котлер, К.Л. Келлер; [пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова]. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2008.
16. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер, Г.Амстронг, Дж.Сондерс, В.Вонг: пер. с англ. – 2-е европ. изд.– Москва : Издат. Дом «Вильямс», 2007. – 944 с.
17. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник для студентов экон. спец. вузов. – 9-е изд., испр. - М.: Новое знание, 2007. – 320 с.
18. Крутякова, Ю.А. Бизнес-планирование: учеб.-практ. пособие / Ю.А. Крутякова. – Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 352 с.
19. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: учебник для слушателей, обуч. по программам "Мастер делового администрирования": [пер. с англ.] / Ж.-Ж.Ламбен - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2008.

20. Лапченко, Д.А. Оценка и управление экономическим риском: теория и практика / Д.А. Лапченко.- Минск: Амалфея, 2007. – 148 с.
21. Мак-Кин, Д. Секреты успеха (пер. с англ.) / Д. Мак-Кин. - Издательство "Дело и сервис", 2010.
22. Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов: постановление Министерства экономики Республики Беларусь № 158 от 31 августа 2005 г. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3961 &p0=W20513184](http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3961&p0=W20513184). – Дата доступа: 23. 12.2014.
23. Об утверждении критериев оценки инвестиционных проектов для включения в проект перечня важнейших инвестиционных проектов и критериев отбора инвестиционных проектов, подлежащих государственной поддержке из средств республиканского бюджета в виде возмещения части процентов за пользование банковскими кредитами: постановление Минэкономики Республики Беларусь от 1 марта 2007 г. № 44 . - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://pravo.kulichki.com/zak2007/bz01/dcm01006.htm>. – Дата доступа: 28. 11.2014.
24. Пивоваров, К.В. Бизнес-планирование / К.В. Пивоваров. – 8-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 164 с.
25. Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник / В.М.Попов, С.И.Ляпунов. – Москва: Финансы и статистика, 2001. – 215 с.
26. Попов, Е.В. Маркетинговые исследования / Е.В. Попов // Портал iTeam технологии корпоративного управления [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.iteam.ru/articles.php> - Дата доступа 15.12.2014.
27. Ромаш, М.В. Финансирование и кредитование инвестиций / М.В. Ромаш, В.И. Шевчук. - 2-е изд., перераб. и доп. - Минск: Мисанта, 2004.
28. Циферблат, Л.Ф. Бизнес-планирование для инвестора: реальный опыт / Л.Ф. Циферблат. - Москва: Финансы и статистика, 2006. – 114 с.
29. Чемеринская, Ю.О. Круглая методика. Как сохранить драйв в тяжелые времена – Москва: Издательство МИФ, 2014. – 352 с.
30. Черняк, В.З. Бизнес-планирование: учебно-практическое пособие / В.З. Черняк, А.В. Черняк, И.В. Довдиенко. – Москва: Издательство РДЛ, 2003. – 272 с.

Список литературы для учащихся

1. Абчук, В.А. Занимательная экономика и бизнес / В.А.Абчук. – СПб.: Тригон, 1998.
2. Автономов, В.С. Введение в экономику / В.С.Автономов. – М.: Вита-Пресс, 1997.
3. Автономов, В.С. Экономика для школьников / В.С.Автономов, Э.К.Голдстин. – М., 1995.
4. Балабанов, И.Т. Детский экономический словарь: Маленькие рассказы не очень маленьким детям об экономике / И.Т.Балабанов, Г.М.Евменова, О.И.Меньшикова. – М.: Просвещение, 1997.
5. Зайдель, Х.П. Основы учения об экономике / Х.П.Зайдель, Р.А.Теммен. – М.: Дело Лтд, 1994.
6. Казаков, А.И. Школьнику о рыночной экономике: учебное пособие для старшеклассников / А.И.Казаков. – М., 1993.
7. Липсиц, И.В. Раскрывая тайны экономики: учебное пособие / И.В.Липсиц, Л.Л.Любимов, Л.К.Антонова. – М.: Просвещение, 1994.
8. Липсиц, И.В. Введение в экономику и бизнес: учебник для средних специальных учебных заведений / И.В.Липсиц. – М.: Вита-пресс, 1997.

9. Макарова, О.П. Сборник тестов по экономике / О.П.Макарова, В.Р.Раев. – М.: Вита-Пресс, 1995.
10. Машина, М.В. Экономическая азбука / М.В.Машина. – М.: МИРОС, 1995.
11. Райзберг, Б.А. Твоя экономика: учебное пособие/ Б.А.Райзберг - М.: Ось-89, 1997.
- 12 Райзберг, Б.А. Экономика для детей в играх, задачах, примерах: В 2 ч. / Б.А.Райзберг. – М.: Ось-89, 1998.
13. Румянцева, Е.Е. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е. Румянцева. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008.

Приложение 3

*Министерство образования Республики Беларусь
Научно-методическое учреждение «Национальный институт образования»*

Основы предпринимательства

Учебная программа факультативных занятий
для X-XI классов учреждений общего среднего образования

Составители: А.В. Данильченко, Е.Ю. Смирнова

Пояснительная записка

В условиях социально-экономических преобразований белорусского общества приоритетной задачей для системы образования является обеспечение процесса передачи социального опыта, позволяющего подрастающему поколению успешно адаптироваться в социально-экономической среде. Задачи, стоящие перед системой общего среднего образования в соответствии с Кодексом Республики Беларусь об образовании, по подготовке учащегося к полноценной жизни в обществе, формированию готовности к самостоятельному жизненному выбору, началу трудовой деятельности предполагают создание условий для стимулирования продуктивной самореализации учащихся и их предприимчивости.

В содержании общего среднего образования имеет место освещение вопросов, связанных с предприимчивостью и ее реализацией в хозяйственной деятельности. Между тем представляется целесообразным введение в образовательный процесс на III ступени общего среднего образования самостоятельного курса факультативных занятий «Основы предпринимательства». Наличие в рамках общего среднего образования отдельного интегративного курса факультативных занятий по данной теме способствует тому, что содержание факультативных занятий, представленное основами экономических, психологических, социальных наук, будет систематизировано по основным признакам, а не по второстепенным (как в случае «вкрапления» данной тематики в различные учебные предметы), что содействует успешности развития предприимчивости у учащихся.

Целью факультативных занятий «Основы предпринимательства» является развитие предприимчивости и формирование основ предпринимательской культуры у учащихся.

Достижение данной цели возможно посредством:

освоения способов деятельности (познавательной, коммуникативной, практической), направленных на формирование предприимчивости;

формирования положительной мотивации учащихся к участию в социально-экономической деятельности;

овладения системой социально-экономических знаний, составляющих основу развития предприимчивости;

овладения знаниями о предпринимательстве как сфере человеческой деятельности;

формирования умений оперировать полученными знаниями, применять экономические знания в различных ситуациях, использовать различные подходы для анализа общественных и экономических процессов;

формирования первоначальных умений для организации социальных, экономических проектов и для участия в предпринимательской деятельности;

Содержание учебной программы факультативных занятий имеет следующую структуру. Тема 1 «Предприимчивость и предпринимательство» (X класс) является пропедевтической и строится вокруг понятия предприимчивости как социально-психологической характеристики личности, включающей в себя следующие компоненты: ценностно-мотивационный (ответственность, целеустремленность, коммуникативность, решительность); творческий (инициативность, находчивость, креативность); деятельностьный (самостоятельность, организаторские качества, способность к риску). Предприимчивость рассматривается в данном случае как интегральное свойство личности, обеспечивающее достижение цели и успеха в определенной ситуации (экономической, политической и т.д.), когда индивиду необходимо выдвинуть идею и воплотить ее в жизнь.

Темы «Как начать свое дело? Организационно-правовые условия предпринимательской деятельности», «Бизнес-идея – начало пути», «Как реализовать идею?» (X класс), «Управление предпринимательской деятельностью», «В поисках маркетинга, который нужен сегодня», «Культура предпринимательской деятельности», «Успех бизнеса: критерии и показатели его эффективности» (XI класс) сосредоточены на рассмотрении предприимчивости в хозяйственной деятельности и предпринимательстве как способе актуализации предприимчивости, основных экономических и правовых аспектах предпринимательства (предпринимательство рассматривается как особая форма экономической активности, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной идее). Введение данных тем с X класса обусловлено тем, что именно в X классе при изучении учебного предмета «Обществоведение» учащиеся получают систематизированные знания по содержательной линии «экономика» (тема «Экономическая жизнь общества», X класс), а также тем фактом, что учащиеся могут начинать трудовую деятельность с 14 лет (в соответствии с Трудовым Кодексом Республики Беларусь трудовой договор может быть заключен с лицом, достигшим четырнадцати лет (с письменного согласия одного из родителей)).

Выбор форм и методов деятельности, используемых на факультативных занятиях, должен определяться их направленностью на организацию деятельностно-ориентированного пространства для проявления учащимися предприимчивости (практикумы, деловые учебные игры, методы проектов и т.д.).

Основы предпринимательства. X класс

(35 часов, в том числе 1 ч – резервное время)

Введение. Предпринимательство как сфера деятельности. Предпринимательство и предприниматели. Что значит «быть предпринимателем»? Предпринимательство и бизнес. Роль предпринимательства в жизни общества.

Тема I. Предприимчивость и предпринимательство (8 ч.).

Что такое предприимчивость? Предприимчивость как залог успешности. Стратегии предприимчивости как поведенческой модели. Проявления предприимчивости в повседневном мире.

Практикум. *Как достичь предприимчивости? Выбираем золотую середину между пассивностью и алчностью.*

Предпринимательские способности и их сущность. Предпринимательские способности как экономический ресурс. Мотивация в предпринимательской деятельности.

Практикум. *Портрет предпринимателя (психологический, социальный).*

Практикум. *Открой в себе предпринимателя. Оценка предпринимательских способностей.*

История предпринимательства: условия возникновения и движущие силы. Промышленная революция и развитие предпринимательства. Предпринимательство и филантропическая деятельность, меценатство. Особенности развития предпринимательства в Беларуси.

Практикум. *Предпринимательство и время. Игра конкурсного типа «Знарок истории предпринимательства».*

Занятие обобщение. Слагаемые будущего успеха ...

Основные понятия: предприимчивость, предприниматель, предпринимательство, бизнес, меценат, менеджер, интрапренер (парапредпринимательство), фирма, риск, прибыль, инновация, хозяйственная деятельность, сделка, потребитель.

Тема II. Как начать свое дело? Организационно-правовые условия предпринимательской деятельности (9 ч)

Виды предпринимательской деятельности, их особенности и сферы применения. Классификация предпринимательской деятельности по назначению и формам собственности.

Формы организации предпринимательской деятельности. Субъекты и формы предпринимательской деятельности в Республике Беларусь.

Практикум. *Как выбрать форму предпринимательской деятельности? Плюсы и минусы различных видов и форм организации предпринимательской деятельности.*

Лицензирование предпринимательской деятельности. Порядок получения лицензии. Виды стандартов в предпринимательстве (основополагающие, на продукцию, на работу и т.д.). Процедура сертификации как метод обеспечения качества.

Практикум. *Деловая игра «Лицензируем и сертифицируем».*

Регистрация в качестве субъекта предпринимательской деятельности. Порядок действий при регистрации предпринимательской деятельности в Республике Беларусь. Учредительные документы. Прекращение предпринимательской деятельности.

Практикум. *Как и где открыть расчетный счет?*

Правовые условия развития предпринимательства. Права и обязанности предпринимателей. Предприниматель как налогоплательщик. Основные направления государственно-правового регулирования предпринимательства в Республике Беларусь.

Практикум. *«Если вам задолжали...» Порядок рассмотрения экономических споров в хозяйственных и арбитражных судах.*

Занятие обобщения. Деловая игра «Создание фирмы».

Основные понятия: производственное предпринимательство, коммерческое предпринимательство, финансовое предпринимательство, субъект предпринимательской деятельности, биржа (фондовая, товарная), Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обязательная и добровольная сертификация, лицензируемый вид предпринимательской деятельности, хозяйственный суд, арбитражный суд, единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, ликвидация субъектов хозяйствования, банкротство.

Тема III. Бизнес-идея – начало пути (6 ч)

«От идеи – до прибыли». Структура и этапы предпринимательской деятельности. Цели предпринимательской деятельности.

Предпринимательская идея как основа коммерческого успеха и ее выбор: для кого, что и как? Источники и методы поиска предпринимательской идеи, факторы ее успешности. Принципы и закономерности процесса накопления, отбора и анализа предпринимательских идей.

Практикум. *Деловая игра «Ярмарка идей».*

Тенденции развития предпринимательской деятельности. Перспективные бизнес-идеи. Как найти доходную франшизу? Плюсы и минусы франчайзинга.

Практикум. *Тестирование идей: как не ошибиться? Критерии отбора наиболее эффективных идей.*

Занятие обобщения. Составляем резюме предпринимательской идеи.

Основные понятия: объекты предпринимательства, предпринимательская идея, потребности рынка, спрос, издержки производства, франчайзинг, франчайзер, франчайзи, роялти, аутсорсинг, эффективность, ресурсы, научно-технический прогресс, потребитель.

Тема IV. Как реализовать бизнес-идею? (8 ч)

Выбор стратегии предпринимательской деятельности. Методы выбора стратегии (влияния рыночной стратегии на прибыль, жизненного цикла товара) и критерии его правильности (осуществимость, последовательность, гибкость стратегии и др.).

Ресурсы в предпринимательстве: понятие и виды. Управление ресурсами. Ограниченность ресурсов и эффективность их использования.

Практикум. *Какие виды ресурсов необходимы? Определяем необходимые ресурсы для будущего бизнеса. Потенциальные поставщики и особенности работы с ними. Контракты и поставки.*

Практикум. *Что необходимо знать для выработки товарной, ценовой и финансовой стратегии предпринимательской деятельности?*

Источники финансирования. Инвестиции. Кредиты. Поиск потенциальных инвесторов.

Практикум. *Как получить кредит предпринимателю?*

Кадровая политика в предпринимательской деятельности. Подбор эффективного персонала. Состав, классификация, численность.

Практикум. *Составление схемы бизнес-процессов. Зачем «рисовать» бизнес-процессы?*

Занятие обобщения. Деловая игра «Организация деятельности фирмы».

Основные понятия: маркетинговая стратегия, финансовая стратегия, предпринимательский менеджмент, основной капитал, оборотный капитал, ресурсы (материальные, информационные, трудовые, финансовые), инвестиции, кредит, субсидия, бизнес-процессы, инвестор, рынок сбыта, жизненный цикл товара, заемные средства, процентная ставка.

Ожидаемые результаты:

В результате изучения факультативных занятий «Основы предпринимательства» учащиеся X класса должны знать и понимать:

сущность и особенности предприимчивости и предпринимательства;

историю развития предпринимательства;

основные виды и формы предпринимательской деятельности;

основные нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность;

механизм государственной регистрации предпринимательской деятельности, лицензирования отдельных видов и сертификации продукции (услуг) предпринимательской деятельности;

порядок рассмотрения экономических споров в предпринимательской деятельности;

налоговые обязательства предпринимателя;

технологии выдвижения, проверки и реализации предпринимательской идеи;

тенденции развития предпринимательской деятельности;

основные ресурсы, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности;

процесс организации партнерских связей в предпринимательской деятельности;

механизм выбора стратегии предпринимательской деятельности и критерии его правильности.

В результате изучения факультативных занятий «Основы предпринимательства» учащиеся X класса должны уметь:

устанавливать соответствие между основными потребностями и товарами как средствами их удовлетворения;

обоснованно выбирать организационно-правовую сферу предпринимательской деятельности,

презентовать результаты работы в команде,

использовать нормативно-правовые документы по ведению предпринимательской деятельности для решения ситуационных задач;

оценивать особенности функционирования различных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности;

использовать методы поиска предпринимательской идеи;

составлять резюме предпринимательской идеи;

составлять приблизительную схему бизнес-процессов в предпринимательской деятельности.

Основы предпринимательства. XI класс

(35 часов, в том числе 1 ч – резервное время)

Введение. Цели и задачи факультативных занятий.

Тема I. Регулирование и управление предпринимательской деятельностью (9 ч)

Предпринимательство и законы рынка. Конкуренция и предпринимательство. Антимонопольное регулирование деятельности предпринимателей: мировой и отечественный опыт.

Практикум. *Законы, которые управляют деятельностью предпринимателя (законы роста расходов, закон нисходящей отдачи и т.д.).*

Как управлять финансами? Регулирующая роль цены. Себестоимость услуг (продукции) и формирование цены. Факторы и методы ценообразования.

Практикум. *Деловая игра «Принятие решений по ценовой политике».*

Как управлять персоналом? Выбор рационального стиля руководства.

Бухгалтерский и налоговый учет как условия осуществления предпринимательской деятельности. Основные принципы бухучета и системы налогообложения предпринимательской деятельности, их оптимизация.

Риски в предпринимательской деятельности. Основные виды риска. Анализ и определение степени риска. Методы снижения предпринимательского риска. Венчурный бизнес.

Практикум. *SWOT-анализ.*

Занятие обобщения. Бенчмаркинг — менеджмент или шпионаж?

Основные понятия: антимонополия, рост расходов, нисходящая отдача, венчурный бизнес, бенчмаркинг, ценообразование, общая система налогообложения, упрощенная система налогообложения, налоговая декларация, бухгалтерский баланс, аудит, корпоративный дух, себестоимость, калькуляция, эластичность спроса, наценка, конкурентоспособность.

Тема II. В поисках маркетинга, который нужен сегодня (8 ч.)

Маркетинг как деятельность, направленная на изучения потребностей потребителей и их наилучшее удовлетворение. Насколько важен маркетинг для начинающего предпринимателя?

Практикум. *Вырабатываем стратегии и принципы маркетинга (анализ рынка, сегментирование и емкость рынка; анализ уровня конкуренции).*

Практикум. *«Что в имени тебе моем?».* Конструктор брэндов.

Современные технологии привлечения клиентов. Выявление и позиционирование уникальных достоинств продукта или услуги. Искусство сервиса. Визуальные коммуникации, промышленный дизайн, упаковка.

Практикум. *Реализация методов стимулирования сбыта.*

Реклама в предпринимательстве. Технологии современной рекламы. Малобюджетные технологии рекламы. Регулирование рекламной деятельности. Оценка эффективности рекламы.

Практикум. *Вырабатываем правила составления рекламы и разрабатываем план рекламной деятельности фирмы.*

Занятие обобщения. Деловая игра «Маркетинг: работа над ситуацией».

Основные понятия: товарный знак, емкость рынка, сегментация рынка, реклама, стимулирование сбыта, дилер, имидж, брэнд, мерчендайзинг, PR, товар-индикатор, ритейлер, объем продаж, сервис, каналы сбыта, позиционирование товара.

Тема III. Культура предпринимательской деятельности (6 ч.)

Бизнес-этикет – не прихоть, а необходимость. Роль этикета в предпринимательской деятельности. Основы делового этикета.

Деловая беседа. Правила проведения переговоров с деловыми партнерами. Деловой протокол. Визитная карточка в деловой жизни. Этикет приветствий и представлений.

Практикум. *Как построить переговоры? Тренинг развития коммуникативных умений. Приемы, повышающие эффективность делового общения.*

Конфликты в деловом общении. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Правила поведения в конфликтах.

Практикум. *Стрессовая устойчивость предпринимателя. Механизмы психологической защиты.*

Занятие обобщения. Национально-психологические особенности ведения бизнеса в разных странах.

Основные понятия: организационная (корпоративная) культура, деловой протокол, деловой этикет, эмоциональная устойчивость, психологические установки, психологические барьеры, манипуляция, психологическое давление, стереотипизация, психологическая защищенность, стресс, психологический климат.

Тема IV. Успех бизнеса: критерии и показатели его эффективности (10 ч).

Основные показатели эффективности предпринимательской деятельности. Расчет прибыли и рентабельности предпринимательской деятельности. Группы показателей рентабельности (показатели использования труда, производственных фондов и финансовых средств).

Практикум. *«Работа над ситуацией: определяем затраты и выясняем рентабельность».*

Как повысить эффективность предпринимательской деятельности? Факторы ресурсосбережения (технические, организационные, социально-экономические).

Практикум. *Логистика – модный термин или рациональный подход?*

Инновационное предпринимательство. Содержание и формы инновационного предпринимательства, условия его развития. Парк высоких технологий и предпринимательство. Перспективы инновационного предпринимательства: мировой и отечественный опыт.

Условия развития предпринимательства (общеекономические, правовые, морально-этические). Инфраструктура поддержки предпринимательства (бизнес-центры, консалтинговые структуры, технопарки, бизнес-инкубаторы и т.д.). Государственная поддержка предпринимательства в Республике Беларусь.

Практикум. *Знакомство с территориальными центрами развития предпринимательства, проведение встреч с участием представителей предпринимательского сообщества.*

Как составить бизнес-план? Бизнес-планирование в предпринимательстве: сущность, цели, задачи.

Занятие обобщения. Составление и защита проектов бизнес-плана (2 ч.)

Основные понятия: логистика, лизинг, консалтинг, высокие технологии, инкубаторы бизнеса, бизнес-план, рентабельность, ликвидность, оптимизация, производительность труда, эффективность производства, фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств.

Ожидаемые результаты:

В результате изучения факультативных занятий «Основы предпринимательства» учащиеся XI класса должны знать и понимать:

- основные принципы управления предпринимательской деятельностью;
- механизмы управления финансами, стимулирования сбыта и рационального управления персоналом в предпринимательской деятельности;
- основные подходы к разработке ценовой политики в предпринимательстве;
- виды налогообложения предпринимательской деятельности;
- базовые сведения по ведению бухгалтерии и предоставлению отчетности в налоговые органы;
- стратегии и принципы маркетинга в предпринимательской деятельности;
- особенности инновационного предпринимательства;
- факторы ресурсосбережения в предпринимательской деятельности;
- основные культурные нормы предпринимательской деятельности;
- механизм управления рисками при осуществлении предпринимательской деятельности;
- назначение и содержание бизнес-плана.

В результате изучения факультативных занятий «Основы предпринимательства» учащиеся XI класса должны уметь:

объяснять влияние законов рыночной экономики на ведение предпринимательской деятельности;

оценивать конкурентоспособность предпринимательской деятельности;

рассчитывать основные показатели эффективности предпринимательской деятельности;

рассчитывать издержки в предпринимательской деятельности;

анализировать поведение потребителей при совершении покупок;

анализировать потребительский спрос и прогнозировать его возможные изменения в ближайшей перспективе;

оценивать эффективность рекламной деятельности;

прогнозировать риски при осуществлении предпринимательской деятельности;

составлять простейший вариант бизнес-плана;

презентовать результаты работы в команде,

применять навыки аналитического мышления.

Литература для учителя

Абчук, В.А. Курс предпринимательства: учеб. пособие / В.А. Абчук. – СПб.: Альфа, 2001. – 544 с.

Азимов, Л.Б. Преподавание курса «Введение в экономику»/ Л.Б. Азимов. – М.: Вита-Пресс, 2001.

Алейников, А.Н. Предпринимательская деятельность: учеб.-практ. пособие/ А.Н. Алейников. – Мн.: Новое знание, 2003. – 304 с.

Альтшуллер, Г.С. Найти идею/ Г.С. Альтшуллер. —3-е изд., доп. — Петрозаводск: Скандинавия, 2003.

Баркан, Д.И. Поймём наш бизнес: Как сегментировать рынок и изучить потребителя / Д.И. Баркан [и др.]. – Л.: Аквилон, 2001.

Бизнес-план: Методические материалы / Под ред. Р.Г. Маниловского. – М.: Финансы и статистика, 2004.

Бударина, А.В. Основы предпринимательской деятельности: кн. для учителя / А.В. Бударина [и др.]. – М.: Просвещение, 1998.

Буров, В.П. Бизнес-план. Методика составления. Реальный пример/ В.П. Буров [и др.]. – М.: изд-во «ЦИПКК АП», 2005.

Вабищев, С.С. Предпринимательское (хозяйственное) право в Республике Беларусь: практ. пособие/С.С. Вабищев. – Мн.: Молодежное научное общество, 2002.

Волков, С.Д. Экономика: пособие для преподавателей курса экономики в образовательном учреждении / С.Д. Волков [и др.]. – СПб.: ЛОИРО, 2000.

Гаммерлинг, О.Е., Ваше дело. Практический курс предпринимательства / О.Е. Гаммерлинг [и др.]. – М.: БИНОМ, 1997.

Гражданский кодекс Республики Беларусь (с изменениями и дополнениями).

Данько, Т.П. Управление маркетингом: Учебник / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА – М., 2001.

Декрет Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования».

Директива № 4 от 31 декабря 2010 г. «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь».

- Заиченко, Н.А. Книга для учителя экономики к бизнес-курсу «Букварь для Рокфеллеров» / Н.А. Заиченко. – Санкт–Петербург: СМИО Пресс, 2000.
- Закон Республики Беларусь от 18 июля 2000 г. № 423-З «Об экономической несостоятельности (банкротстве)».
- Иванов, С.И. Преподавание курса «Основы экономической теории»: пособие для учителя 10–11 классов общеобразоват. учрежд. с углубленным изучением экономики / С.И. Иванов [и др.] / под ред. С.И. Иванова– 3-е изд. – М.: Вита-Пресс, 2003.
- Ивуть, Р.Б. Бизнес-план предприятия: учеб. пособие / Р.Б. Ивуть [и др.]. – Мн.: Выш. шк., 2000.
- Как добиться успеха: Практические советы деловым людям / Под общ. ред. В.Е. Хруцкого. – М.: Политиздат, 2002.
- Киреев, А.П. Экономика: 10– 11 классы (базовый уровень образования): книга для учителя: расширенный комментарий к учебнику и методические рекомендации / А.П. Киреев. – М.: Вита-Пресс, 2009.
- Ковалева, А.М. Финансы фирмы: учебник /А.М. Ковалева [и др.].– М.: ИНФРА-М, 2000.
- Коломинский, Я.Л. Человек: психология / Я.Л. Коломинский. – М.: Просвещение, 1996.
- Лапуста, М.Г. Малое предпринимательство/ М.Г. Лапуста [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2002.
- Леонтьев, А.В. Технология предпринимательства. Поурочное планирование/ А.В. Леонтьев. – М.: Дрофа, 2002.
- Липсиц, И.В. Экономика без тайн / И.В. Липсиц. – М.: Вита-Пресс, 1994.
- Липсиц, И.В. Экономика. В 2-х томах / И.В. Липсиц. – М.: Вита Пресс, 1997.
- Мазоль, С.И. Экономика малого бизнеса: учеб.пособие / С.И. Мазоль.– Мн.: Книжный Дом, 2004.
- Мельников, Н.К. Основы экономики и предпринимательства / Н.К. Мельников. – Мн.: Экоперспектива, 2001.
- Музыкант, В.Л. Реклама и PR-технологии/ В.Л. Музыкант. – М.: Армада-пресс, 2002.
- Никулина, И.Н. Основы экономической теории / И.Н. Никулина [и др.].– М.: Дрофа, 2003.
- О государственной поддержке малого предпринимательства в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 16 октября 1996 г. (с изменениями и дополнениями).
- О лицензировании отдельных видов деятельности: Декрет Президента Республики Беларусь от 14 июля 2003 г. № 17 (с изменениями и дополнениями).
- О подоходном налоге с физических лиц: Закон Республики Беларусь (с изменениями и дополнениями).
- О предпринимательстве в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 28 мая 1991 г. (с изменениями и дополнениями).
- Об упрощенной системе налогообложения для субъектов малого предпринимательства: Закон Республики Беларусь (с изменениями и дополнениями).
- Власова, В.М. Основы предпринимательской деятельности / В.М. Власова [и др.]. – М.: Финансы и статистика, 2003.
- Гайнутдинов, Э.М. Основы предпринимательства: учеб. пособие / Э.М. Гайнутдинов [и др.]; под общ. ред. Э.М. Гайнутдинова. – Мн.: Выш. шк., 2000.
- Пелих, А.С. Бизнес-план, или Как организовать собственный бизнес / А.С. Пелих [и др.]. – М.: Ось-89, 2000.
- Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М.: ИД «Вильямс», 2001.

Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 31 августа 2005 г. №158 «Об утверждении правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов».

Головко, А.А. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в Республике Беларусь: практ. пособие /А.А. Головко [и др.]; под общ. ред. В.А. Витушко. – Мн.: МНО, 2001.

Крылов, А.А. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии / А.А. Крылов [и др.]; под ред. А.А. Крылова. – СПб: «Питер», 2000.

Стоянова, Е.С. Практикум по финансовому менеджменту/ Е.С. Стоянова. – М.: Перспектива, 2000.

Муравьев, А.И. Предпринимательство: учебник / А.И. Муравьев [и др.]. – СПб.: Издательство “Лань”, 2001.

Преображенская, Е.В. Основы предпринимательства. Домашняя экономика. Методические рекомендации к проведению практических занятий / Е.В. Преображенская. – Саратов: Лицей, 2002.

Радиевский, М.В. Бизнес-план. Техничко-экономическое планирование и обоснование финансовой стратегии предприятия: методика и практ. рек. / М.В. Радиевский. – Мн.: Белпринт, 2000.

Райзенберг, Б.А. Предпринимательство и риск / Б.А. Райзенберг. – М.: Знание, 2002.

Романов, А.Н. Оценка коммерческой деятельности предпринимательства: опыт зарубежных корпораций / А.Н. Романов [и др.]. – М.: Финансы и статистика, Банки и биржи, 2003.

Рузавин, Г.И. Основы рыночной экономики: учебное пособие / Г.И. Рузавин. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006.

Румянцева, Е.Е. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е. Румянцева. – М., 2005.

Савицкая, Е.В. Уроки экономики в школе в 2 кн. Кн. 2. Пособие для учителя / Е.В. Савицкая [и др.]. – М.: Вита-Пресс, 1999.

Савченко, В.Е. Современное предпринимательство / В.Е. Савченко. – М.: Экономика, 2006.

Сандерс, Ф. Основные экономические понятия: Структура преподавания / Ф. Сандерс [и др.]. / Пер. с англ. – М.: Аспект пресс, 1995.

Симионова, Н.Е. Методы анализа рынка. Учебное пособие/ Н.Е. Симионова. – М.: Экспертное бюро, 2000.

Стэнлейк, Дж.Ф. Экономикс для начинающих: пер. с англ. /Дж.Ф. Стэнлейк. – М.: Республика, 1994.

Сухарев, В.А. Этика и психология делового человека/ В.А. Сухарев. – М.: Агентство «ФАИР», 2004.

Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»

Шарп, У. Инвестиции / У. Шарп [и др.].– М.: ИНФРА-М, 2001.

Журнал «Индивидуальный предприниматель».

Журнал «Преподавание экономики в школе».

Литература для учащихся

Абчук, В.А. Путь к успеху, или курс бизнеса: учеб. пособие для учащихся / В.А. Абчук. – СПб: Интерлайн, 1998.

Абчук, В.А. Основы предпринимательства: учеб. пособ. / В.А. Абчук. – М.: Вита-Пресс, 1995. – 240 с

- Автономов, В. Введение в экономику: учебник для 9–10 кл. общеобр. учр./ В. Автономов. – 3-е изд. – М.: Вита-Пресс, 2001.
- Автономов, В. Экономика для школьников / В. Автономов. – М.: Вита-Пресс, 1997.
- Афанасьева, Т.П. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие для учащихся школ, лицеев, гимназий и др. учреждений среднего и начального проф. образования / Т.П. Афанасьева [и др.]. – М.: КОНСЭКО, 1998.
- Балакина, А.П. Введение в экономику и бизнес. Экономика для неэкономистов: учебник для средних специальных учебных заведений / А.П. Балакина [и др.]. – М.: Вита-Пресс, 1999.
- Васильев, В.П. Экономика для школьников и абитуриентов: учебное пособие / В.П. Васильев. – М.: Изд. « Дело и Сервис», 2005.
- Иванов, С.И. Практикум по основам экономической теории: учеб. пособие для 10–11 кл. общеобр. учр. с углубленным изучением экономики / С.И. Иванов [и др.]; под ред. С. И. Иванова. – М.: Вита-Пресс, 2002.
- Каневский, Е.М. Уроки экономии в быту / Е.М. Каневский [и др.]. – М.: Просвещение, 1985.
- Колмач, Д.Т. Основы предпринимательской деятельности для молодежи: пособие / Д.Т. Колмач [и др.]. – Минск, 2006.
- Кунгурова, Н.И. Введение в экономику. Основы экономических знаний. В 2-х частях / Н.И. Кунгурова, В.К. Терехов. – Минск, 1999; Смоленск: «Смядынь», 2003.
- Леонтьев, А.В. Технология предпринимательства. 9 класс: учебник для общеобразовательных учебных заведений / А.В. Леонтьев. – М.: Дрофа, 2000.
- Липсиц, И.В. Экономика. Ч. 1: учебник для уч-ся 9–10 кл. / И.В. Липсиц. – М., 2001.
- Липсиц, И.В. Экономика. История и современная организация хозяйственной деятельности: учебник для уч-ся 7– 8 кл. / И.В. Липсиц. – М., 2001.
- Любимов, Л.Л. Основы экономических знаний/ Л.Л. Любимов [и др.]. – М.: Вита-Пресс, 1997.
- Мир и Беларусь: аспекты устойчивого развития: пособие для учащихся старших классов общеобразовательных учреждений / под общ. ред. М.М. Ковалева, Т.П. Субботиной. – М.: Технопринт, 2003.
- Осипов, Ю.М. Основы предпринимательского дела / Ю.М. Осипов [и др.]; под ред. Ю.М. Осипова, Е.Е. Смирновой. – 2-е изд. – М.: БЕК, 1996.
- Иванов, С.И. Практикум по основам экономической теории. Учебное пособие для 10-х–11-х классов общеобразовательных учреждений с углубленным изучением экономики/ С.И. Иванов [и др.]; под редакцией С.И. Иванова. – М.: Вита Пресс, 2003.
- Прикладная экономика: Сб. заданий: Пер. с англ. / Межрегион, обществен, орг. «Достижения молодых – Junior Achievement Russia». – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Артель-сервис, 2003.
- Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения. Пер. с англ. / Г. Форд.– М.: Финансы и статистика, 1989.
- Экономика: учеб. для 10-11 кл. общеобразоват. учрежд. гуманитарного профиля / Под общ. ред. А.Я. Линькова. – М., 2003.
- Экономическая школа: научно-популярный иллюстрированный журнал. – С.-Пб., 1992–94. – Вып. 1, 2, 3.

Предпринимательская деятельность и ее виды

*Пацейко Евгения Юрьевна,
заместитель директора по учебной работе
ГУО «Ореховская средняя школа имени Н.Л. Костюченко Ушацкого района»*

Цели занятия:

- ✓ *Обучающая* – узнать историю предпринимательства, что такое предпринимательская деятельность, виды и формы предпринимательства.
- ✓ *Развивающая* – самостоятельно отбирать и анализировать материал, формулировать вопросы, сравнивать, делать необходимые выводы.
- ✓ *Воспитательная* – показать значимость для общества предпринимательской деятельности, уважение к людям, занимающимся данной деятельностью.

Участники: ученики 10-11 кл.

Ход занятия

I. Организационный момент.

II. Введение в новый материал, знакомство с понятиями и их обсуждение (предпринимательство, деятельность, бизнес, и т.д.)

III. (Кружки данного типа желательно, чтобы посещали предприниматели, которые не один год занимаются этой деятельностью)

Этот этап нашего занятия предполагает встречу с частным предпринимателем Брикуном Геннадием Федоровичем (выступление гостя).

Дети заранее подготовили вопросы и задают их гостю:

- Когда основан бизнес?
- Какой вид деятельности?
- Почему решили заниматься именно этим видом предпринимательства?
- Нравится ли вам ваша работа?
- Какие трудности встречаются в вашем бизнесе? И т.д.

IV. Дети в классе делятся на команды, которым предварительно были предоставлены задания на обсуждение определенных тем.

1 команда – «Как зарождалось и развивалось предпринимательство»

2 команда – «Как и с чего начинается бизнес»

3 команда – «Предпринимательская деятельность, ее виды и формы»

4 команда – «Признаки предпринимательской деятельности»

Каждая команда поэтапно рассказывает тему, а в конце выступления задает вопросы слушателям.

V. Следующий этап занятия – творческий. Каждая команда должна нарисовать логотип своей фирмы, объяснить его и в своем выступлении показать необходимость данной фирмы для региона.

VI. Игра между командами «Юный предприниматель»

Команды в течение двух-трех минут составляют письменный портрет предпринимателя, выделив его важнейшие личностные качества (победит та команда, которая назовет большее количество таких качеств).

Итоги игры «Юный предприниматель» (составляли участники команд)

1-я команда:

- дисциплинированный,

- рискованный,
- четкий, пунктуальный,
- организованный,
- готовый преодолевать трудности,
- энергичный.

2-я команда:

- сообразительность,
- уметь вежливо и корректно общаться с людьми,
- правильно и эффективно вести работу своего предприятия,
- быть подкованным в финансовых и экономических областях,
- знать все о товаре, местах закупок и реализации товара.

3-я команда:

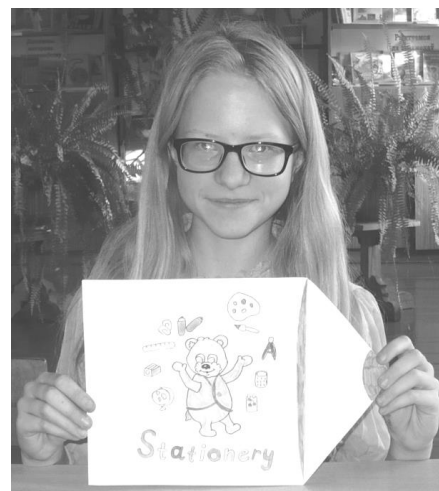
- обладать экономическими и юридическими знаниями,
- знать все о продукции,
- уметь находить выгодные рынки сбыта,
- уметь находить общий язык с персоналом,
- уметь финансово заинтересовать детей.

4-я команда:

- политически грамотен,
- подкован в «законодательной базе»,
- активен (иметь лидерские качества),
- стрессоустойчив, оптимистичен, вежлив,
- с активными жизненными позициями.

Получившиеся логотипы, несколько лучших

Мелехова Инга: «Наша компания занимается канцелярским бизнесом. Канцелярские товары очень востребованы в сегодняшнем обществе. Основными покупателями являются школьники, поэтому находить рынки сбыта нам не трудно».



Стрижёнков Александра: «Наша компания занимается продажей сладостей. Очень приятно радовать окружающих сладким. Не очень трудно находить рынки сбыта, потому что сладости покупают все: и взрослые, и дети. И к тому же конкурентов не так много».



VII. В качестве рефлексии и закрепления материала проводим контроль знаний и материала в виде тестов. Подведение итогов.

Что такое предпринимательство

*Никифорова Ирина Александровна,
учитель информатики ГУО «Гимназия № 6 г.Витебска»*

Цель: формирование экономического мышления обучающихся и повышение экономической грамотности, активизация обучающихся к предпринимательской деятельности как части профессиональной подготовки.

Задачи:

1. Раскрыть понятие предпринимательства.
2. Проиллюстрировать виды предпринимательской деятельности.
3. Рассмотреть черты, присущие предпринимателю.
4. Применяя методику тестирования, выявить наличие качеств, определяющих возможность обучающихся стать предпринимателем.

Оборудование: ТСО, тест «Можете ли вы подружиться с деньгами?».

План занятия:

1. Организационный момент.
2. Формирование целей и задач на занятие, сообщение темы, определение актуальности темы. Эпиграф к занятию.
3. Актуализация знаний обучающихся.
4. Понятие предпринимательства
5. Виды предпринимательской деятельности.
6. Черты, присущие предпринимателю.
7. Тестирование.
8. Закрепление изученного материала.
9. Подведение итогов занятия.
10. Рефлексия.

Ход занятия

Учитель. Предпринимательство стало естественной составной частью белорусской экономики. Изучая основы предпринимательства, вы должны не только разобраться в том, как устроен мир предпринимательства, но и научиться успешно действовать в этом мире.

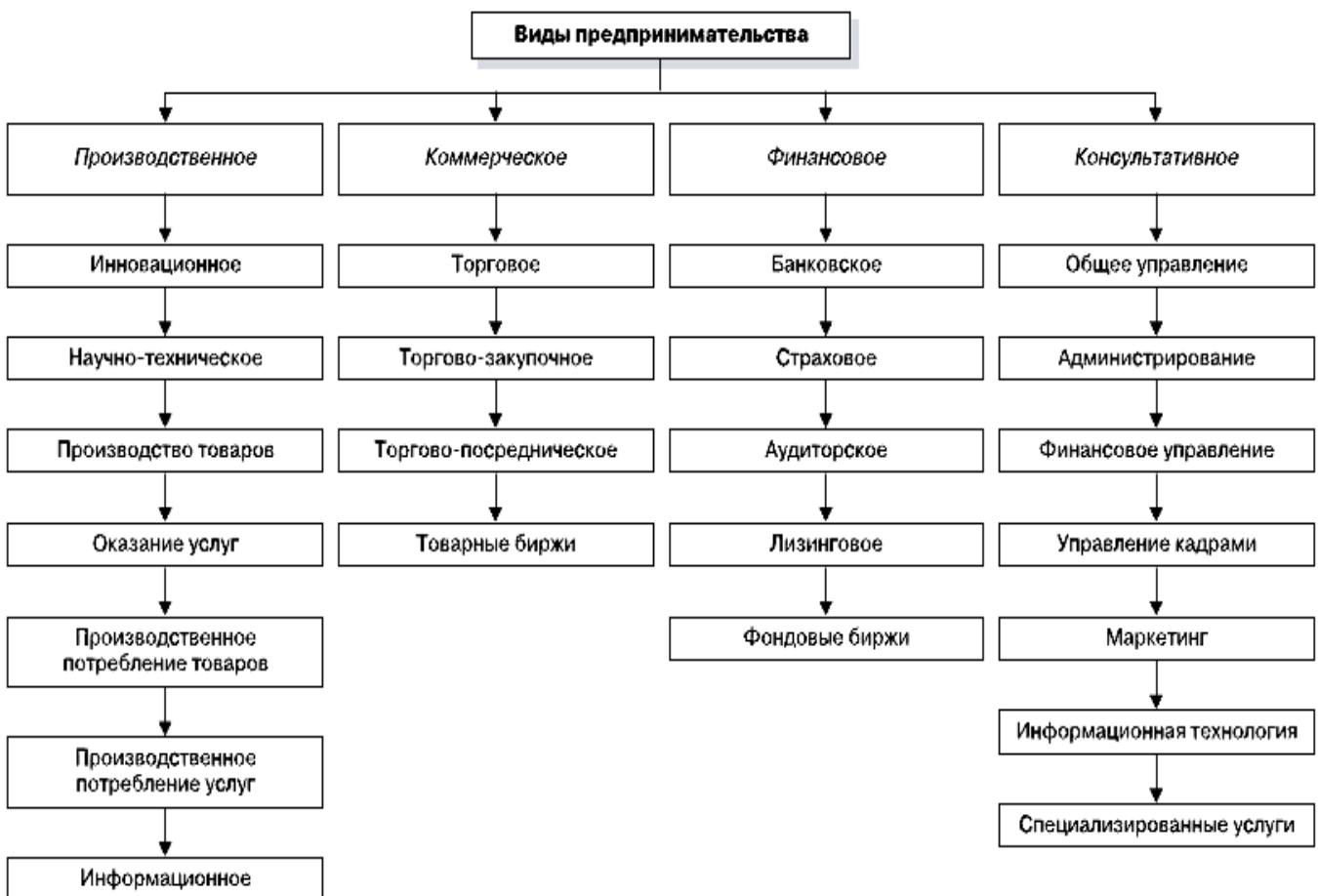
Успех в области бизнеса зависит от множества факторов. Одним из неперенных условий достижения высокой результативности в бизнесе является получение необходимых знаний о формах и методах ведения предпринимательской деятельности.

Эпиграфом к нашему занятию стали слова незнакомого автора:

«Заниматься бизнесом – то же самое, что ехать на велосипеде: либо вы двигаетесь, либо падаете».

Учитель: Большинство из нас стремится добиться жизненного успеха и благополучия. Люди выбирают разные способы достижения успеха в жизни, например, ждут богатого наследства, надеются на удачу, выигрывают в лотерею. Один из наиболее эффективных путей личного благосостояния – это открытие собственного дела, т.е. занятие предпринимательской деятельностью.

Учащимся предлагается 3 минуты для обдумывания ответа на вопрос: «Что называют предпринимательской деятельностью?»



Выслушав ответы учащихся, учитель раскрывает понятие предпринимательства.

С принятием в 1991 г. Закона РБ “О предпринимательстве в РБ”, в котором определено, что предпринимательство представляет собой самостоятельную инициативную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода и осуществляемую от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица, каждый мыслящий инициативный человек имеет неограниченные возможности для самоутверждения личности, раскрытия своих способностей и потенциала.

Предпринимательство – одна из важнейших составляющих современной экономики. В странах рыночной экономики предпринимательство получило широкое распространение и составляет подавляющую часть среди всех форм организаций. За последние десять лет в Беларуси появились миллионы предпринимателей и собственников. В связи

с приватизацией за государством осталась лишь часть организаций и предприятий, а остальные перешли в частное владение.

Основную часть белорусского предпринимательства составляет малый и средний бизнес. Основной задачей предпринимателя является управление предприятием, которое включает в себя рациональное использования ресурсов, организацию процесса на инновационной основе и хозяйственном риске, а также ответственность за конечные результаты своей деятельности.

Учащимся предлагается за 3 минуты придумать максимальное количество вариантов предпринимательской деятельности. После ответов учащихся им предлагается познакомиться с таблицей «Виды предпринимательства» (таблица прилагается).

Учащимся предлагается ответить на вопрос: «Как вы думаете, почему одни имеют успех в бизнесе, а другие нет? Какими качествами должен обладать предприниматель?»

Учащиеся называют качества, а учитель обобщает их и показывает перечень основных качеств:

1. Способность придумывать или находить новые идеи.
2. Трудолюбие.
3. Коммуникабельность или общительность.
4. Решительность, способность идти на риск.
5. Изобретательность.
6. Одержимость, полная увлеченность своим делом.
7. Целеустремленность.
8. Постоянное стремление к реальным делам.
9. Чувствительность к рынку, к его изменениям.

Учитель: Без веры в успех и готовности ради достижения своей цели все поставить на карту и идти до конца нечего и думать о создании своего дела. Успеха добиваются те, кто одержим идеей, уверен в себе. Предпринимательство не для подозрительных людей, не для тех, кто ленив и замкнут.

Давайте проверим, а вы можете быть предпринимателем, обладаете ли вы набором таких качеств, которые необходимы современному предпринимателю.

Предлагаю выполнить тест.

Тест «Можете ли вы подружиться с деньгами?»

В работе меня привлекает результат, а не процесс.(1 б.)

Я всегда уделяю больше внимания реальной ситуации, чем своим планам.(1 б.)

Закончив дело, я могу без труда взяться за другое.(1 б.)

Деньги - самое главное в жизни.(7 б.)

Я мгновенно переключаюсь с одного дела на другое и легко возвращаюсь к прерванной работе.(1 б.)

Я могу работать 10-12ч., даже если работа мне не приятна.(1 б.)

Если я разбогатею, я решу себе все проблемы(7 б.)

Любая компания признаёт меня лидером.(5 б.)

Я не вижу в жизни более привлекательной цели, чем богатство.(4 б.)

Я хочу получить в будущем высшее образование.(2 б.)

Почти всегда бедность - следствие недостатка способностей.(1 б.)

Мне нравится улучшать жизнь с помощью своих идей.(1 б.)

Любую покупку я могу сделать лучше, выгоднее других.(5 б.)

Я - хороший организатор.(5 б.)

Мне не нужно время на «раскачку» перед работой.(1 б.)

Я никогда не забываю о делах, за которые взялся.(1 б.)

Я бы рискнул начать собственное дело, нежели работать на кого-то ещё.(5 б.)

В конфликтах я всегда добиваюсь своего.(5 б.)
Я не могу сидеть без дела.(1 б.)
Для нормальной работы мне достаточно 6 часов сна.(1 б.)
При поражении я тут же начинаю работать на реванш.(1 б.)
Деньги необходимы для решения любой проблемы.(4 б.)
Я могу легко завязать разговор с кем угодно.(4 б.)
Ни одна деятельность не привлекает меня так, как зарабатывание денег.(7 б.)
Мне легко производить на людей приятное впечатление.(3 б.)
У меня очень много знакомых.(3 б.)
Я всегда могу добиться от людей того, что мне нужно.(5 б.)
Я с удовольствием пошел бы на работу, где много поездок.(1 б.)
Я с интересом изучаю иностранный язык.(1 б.)
Я почти никогда не опаздываю.(1 б.)

Результаты:

<6 б. – в бизнесе вас вряд ли ждёт успех. Скорее всего, вам подойдёт деятельность, не связанная с бизнесом. Советуем вам всё же поработать над собой в плане тренировки работоспособности и техники общения, эти навыки нужны не только миллионеру.

6-18 б. – ваших задатков вполне достаточно для работы по найму, возможно, на относительно самостоятельной должности. В самостоятельном деле вас ждут немалые трудности, не кидайтесь в бизнес, как в омут, сначала научитесь лучше плавать.

19-50 б. – вы можете добиться успеха, если попадёте на «золотую жилу», или будете действовать за широкой спиной босса, либо в сплочённой команде, которая компенсирует ваши слабые места.

51-75 б. – если вы никогда не преуспеете в бизнесе, то это будет просто недоразумением. Никогда не оставляйте попыток, вас ждёт успех.

>75б. – страшно подумать о тех высотах, которые вы можете достигнуть. Однако, вступая на первые ступени этой бесконечной лестницы, подумайте, не слишком ли дорогую цену вы хотите за это заплатить? Не забывайте, что есть вещи дороже денег.

В заключение занятия учащимся предлагается высказать собственное мнение на вопросы: «Предпринимательство - тормоз или двигатель развития общества?»

Приложение 6

Поиск идей для школьной бизнес-компании методом мозгового штурма, используя «Mindmap»

*Даргель Татьяна Марьяновна,
учитель изобразительного искусства ГУО «Гимназия №4 г. Витебска»*

Цель занятия: поиск идей для школьной бизнес-компании ГУО «Гимназия №4 г. Витебска».

Задачи занятия:

Обучающие:

- способствовать формированию знаний и умений учащихся в области предпринимательской деятельности;
- способствовать формированию знаний учащихся о разработке идей школьной бизнес-компании, их месте и значении в предпринимательской деятельности;

- способствовать формированию знаний о понятиях: идея, бизнес-компания, метод мозгового штурма, «Mindmap», креативный метод Киплинга.

Развивающие:

- способствовать развитию креативного, логического мышления учащихся, развитию пространственного представления, умению выделять главное;

- способствовать развитию инициативности;

- совершенствовать коммуникативные навыки и опыт сотрудничества в группе, коллективе через совместную деятельность.

Воспитывающие:

- способствовать воспитанию предпринимательской культуры как составной части общей культуры;

- пробудить учащихся к деловой активности.

Методическое обеспечение занятия:

1. Материально-техническая база:

- учебный кабинет;

- компьютер, мультимедийный проектор, экран.

2. Дидактическое обеспечение:

- презентация к занятию;

- раздаточный материал (бумага формата А4 и А1, стикеры, цветные и простые карандаши).

Форма занятия: занятие с использованием метода «мозгового штурма».

План занятия:

1. Организационный момент – 2 мин

2. Сообщение темы занятия, постановка его цели и задачи – 3 мин

3. Изложение основных понятий занятия – 10 мин

4. «Мозговой штурм», используя «Mindmaps» – 15 мин.

5. Анализ идей для школьной бизнес-компания – 10 мин.

6. Подведение итогов. Рефлексия – 5 мин.

Ход занятия

1. Организационный момент

Занятие начинается с организационного момента, на котором отмечают отсутствующие, проверяется готовность к занятию (наличие у каждого учащегося листа бумаги формата А4, стикеров, цветных и простых карандашей), задается положительная атмосфера занятия.

- Здравствуйте, ребята! Рада видеть вас сегодня. Присаживайтесь. Все ли присутствуют? Все ли готовы начать работу? У вас на столах имеются цветные карандаши, поднимите, пожалуйста, карандаш того цвета, какое у вас сейчас настроение. Спасибо. Все бодр и радостны.

2. Сообщение темы занятия, постановка его цели и задачи занятия

Если хотите придумать отличные идеи, знайте: лучшие из них вы можете позаставать. Томас Эдисон

Каждый школьник, а тем более подросток, желает иметь свои карманные деньги, чтобы быть независимым от взрослых. Для этого ему нужно их заработать.

Есть много способов заработать деньги школьникам, один из них школьная бизнес-компания.

Тема нашего занятия «Поиск идей школьной бизнес-компания методом мозгового штурма, используя «Mindmaps».

Цель нашего занятия: найти как можно больше идей для нашей школьной бизнес-компании.

Есть много методов активизации мыслительной деятельности, но мы остановимся на самых популярных из них. Это метод «мозгового штурма» и создание «Mindmaps». Проанализируем наши бизнес-идеи креативным методом Киплинга.

3. Изложение основных понятий занятия

Самая трудная вещь на свете — это думать своей собственной головой.

Вот, наверное, почему так мало людей этим занимаются. Генри Форд.

Генерация деловых идей

ЧЕЛОВЕК + ИДЕЯ + ИНВЕСТИЦИИ = ПРИБЫЛЬ

После человека, в бизнесе, идея идет на втором месте, давайте подробнее разберемся с идеей.

Идея (др.-греч. *ιδέα* — видность, вид, форма, прообраз) в широком смысле — мысленный прообраз какого-либо предмета, явления, принципа, выделяющий его основные, главные и существенные черты.

Бизнес-идея— это алгоритм действий, замысел, комплекс мероприятий, направленный на создание новой компании в любом из направлений деятельности для получения стабильной прибыли.

Бизнес-идеи, как правило, подразумевают производство товаров или предоставление услуг за денежное вознаграждение. Для внедрения бизнес-идеи в жизнь составляется бизнес-план. Для реализации задуманного может использоваться личный или привлеченный капитал (инвестиции).

Критерии бизнес-идеи.

Любую бизнес-идею можно проанализировать по нескольким основным критериям:

1. *Удовольствие*. Лучшая идея для бизнеса — это та, которая будет приносить удовольствие. К примеру, что вы любите и хотите делать. Главная проблема — решить, чего хочется больше всего. Часто это помогает найти свое жизненное предназначение.

2. *Прибыльность*. Бизнес-идея должна подразумевать прибыльный бизнес, хотя бы в перспективе. Чтобы провести оценку, необходимо составление бизнес-плана, изучение текущих успехов других предпринимателей, общение с опытными людьми, изучение рынка и его потребностей.

3. *Вероятность осуществления*. Бизнес-идея должна быть реальной и иметь четкие показатели для реализации. Все это должно выражаться в цифрах, с учетом форс-мажорных ситуаций, сложностей в оформлении и реализации бизнес-проекта.

4. *Скорость окупаемости*. Чем быстрее окупаемость, тем лучше. За один учебный год необходимо произвести продукцию либо разработать услугу и реализовать её.

Как выглядит бизнес-идея, мы рассмотрели, теперь вспомним, как работает **метод «мозговой штурм»**.

Важной составляющей «мозгового штурма» является поощрение абсурдных идей, в пределах задания для нашей школьной бизнес-компании.

Затем каждый из нас самостоятельно подумает и запишет свои мысли на листе бумаги формата А4, на стикерах запишем лучшие из них. Поощряются самые нелепые идеи. Когда все закончат, каждый из нас прикрепит стикеры на лист бумаги формата А1 и поделится своими мыслями. Если кто-то из вас желает передать обратную связь, добавить что-то или высказать своё мнение, отметьте идею красным крестиком. Когда её автор закончит выступление, дается время на то, чтобы оставшаяся часть группы могла передать обратную связь. В дополнение к методу можно попробовать объединить разные идеи и решения. Процесс должен идти в следующем направлении:

можно и нужно:

- мыслить масштабно;
- понимать важность всех идей;
- сосредоточиться на поиске новых точек зрения;
- допускать и поощрять появление абсурдных идей;

нельзя:

- критиковать;
- углубляться в детали;
- думать, что идеи непременно должны быть привязаны к брифу или проблеме.

(Бриф — краткая письменная форма согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта.)

Существует нелинейный способ фиксирования идей — создание «**Mindmaps**» (ассоциативных карт, *ментальных карт, карт мышления*). Чем индивидуальнее ваша «Mindmaps», тем лучше. [1].

Суть методики проста. Для начала берем лист бумаги формата А4 и в центре пишем «ШБК» (школьная бизнес-компания). От центральной надписи начинаем отводить «ветви», на которых пишем все то, что мы любим и хотим делать в гимназии. Далее от этих ветвей отходят другие ветви, на них мы должны отразить связь своей любимой деятельности с конкретной продукцией или услугой, которую мы можем предложить окружающим. Следующее разветвление связывается с уже конкретным предложением идеи школьной бизнес-компания.

Разберем основные законы рисования «Mindmaps». Главное правило: «НИКАКИХ ПРАВИЛ». Максимально свободно выражайте свои идеи. Будьте творческими, яркими, выразительными. Чем меньше вы будете себя ограничивать, тем лучше получится карта.

Стиль: свой собственный, красивый.

Бумага: белая, А4 или А3, альбомная ориентация.

Центральный образ: в центре листа, яркий, запоминающийся.

Структура: радиальная, понятная, 3-4 ответвления.

Слова: ключевые, 1-2 слова, в 1 линию.

Цвета: чем больше — тем лучше, текстовыделитель.

Линии: центральные толще, длина линии = длине слова

4. «Мозговой штурм», используя «Mindmaps»

Приступаем к поиску идей для школьной бизнес-компания.

Я буду следить за временем мозгового штурма и дам вам знать, когда пора будет перейти от формата А4 к формату А1.

Учащиеся творят на листах бумаги формата А4 и стикерах. [2, 3].

Учащиеся творят на листах бумаги формата А1.

Учащиеся делятся своими мыслями и передают обратную связь.



5. Анализ идей для школьной бизнес-компании креативным методом Киплинга

Вы можете быть автором прекрасных идей, однако этого мало, надо уметь довести их до ума людей, иначе вы ничего не добьетесь. Ли Якокка

Я не знаю точно, придуман этот **креативный метод** известным писателем **Р. Киплингом** или его разработали другие люди на основании всем известного его стихотворения:

*Есть у меня шестерка слуг,
Проворных, озорных.
И все, что вижу я вокруг,
Все знаю я от них.
Они по зову моему
Являются в нужде.
Зовут их Как? и Почему?
Кто? Что? Когда? и Где?
Я по горам и по лесам
Гоняю верных слуг.
Потом работаю я сам,
А им даю досуг.*

Другое известное названия метода — **5W1H**, от английских слов-вопросов: What, When, Why, Who, Where and How.

Вы, наверное, уже поняли, что суть метода сводится к последовательной постановке вопросов: Кто? Что? Когда? Где? Как? Почему? и подробных ответов на них в рамках поставленной задачи.

Оценка идей для школьной бизнес-компании.

Давайте ответим на следующие вопросы.

1. Кто? *На какую аудиторию рассчитан наш товар (услуга)?* Главное – определить, кто будет главным клиентом, чего он хочет, какие интересы преследует. Если знать своего потребителя и его желания, то вероятность предложить качественную и нужную услугу намного выше.

2. Что? *Нужен ли рынку новый товар или услуга, которые мы хотим предложить?* Этот вопрос требует анализа еще на этапе разработки. Лучший способ проверки – закинуть «пробную удочку». Можно подать объявление в интернете (газете) и подсчитать, сколько будет звонков за месяц. Если спрос на услугу есть, то можно работать в этом направлении.

3. Когда? и Где? Вопросы вполне решенные для нашей школьной бизнес-компании.

4. Как? *В чем преимущества нашей бизнес-идеи?* Важно не просто придумать хорошую идею, но и сделать ее лучше, чем у конкурентов. На данном этапе проводится анализ, что нового принесет идея, чем она отличается от уже существующих, какие преимущества будут перед конкурентами и так далее.

5. Почему? *Есть ли потенциал у нашей бизнес-идеи?* Хорошая бизнес-идея та, которую можно развивать почти бесконечно. При этом стратегия должна разрабатываться наперед.

6. *Сколько потребуется денег для реализации нашей бизнес-идеи?* Финансовая часть бизнеса – одна из основных. Вы должны понимать, сколько необходимо денег, где они будут браться, будет ли возможность своевременного возврата средств (при оформлении кредита).

6. Подведение итогов. Рефлексия.

Рефлексивный ринг.

Учащиеся по кругу высказываются одним предложением, выбирая начало фразы из рефлексивного экрана на доске:

<i>Сегодня я узнал...</i>	<i>Я научился...</i>
<i>Меня удивило...</i>	<i>У меня получилось...</i>
<i>Было трудно...</i>	<i>Я смог</i>
<i>Я понял, что...</i>	<i>Я попробую...</i>
<i>Я теперь могу....</i>	<i>Меня удивило...</i>
<i>Мне захотелось....</i>	<i>Было интересно...</i>

Подумайте, пожалуйста, дома о своих бизнес-идеях.

Список использованных источников.

1. Тина Силиг., Разрыв шаблона: как находить и воплощать прорывные идеи. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014 – 208с.
2. <http://www.cmsmagazine.ru/library/items/management/17-creative-methods/>
3. <http://kreamozg.ru/metodyi-velikih-kreativshhikov/kreativnyi-metod-kiplinga/>

Приложение 7

Деловая игра «Кадровый вопрос»

*Ольга Леонидовна Орлова,
педагог-психолог ГУО «Средняя школа № 16 г.Орши»*

Цели:

- формирование информационного пространства;
- знакомство с новыми профессиями на рынке труда;
- знакомство с конкурентоспособными профессиями;
- развитие навыков целеполагания и планирования.

Оборудование: карточки с заданиями для трех профессий (выбирать можно любые на усмотрение учителя): риэлтерская компания, фармацевтический бизнес, школа; список профессий.

Продолжительность игры – 90 минут.

Ход занятия

- Сегодня на занятии вашему вниманию предлагается деловая игра «Кадровый вопрос». Речь пойдет о создании своего бизнеса. Вам необходимо разделиться на группы по 3–4 человека. Каждая группа получит списки с перечнем профессий. Там представлены профессии, как востребованные на рынке труда, так и профессии, не пользующиеся спросом, а также конкурентоспособные профессии в данное время на рынке труда. Вам нужно разделить список на три группы. Время работы – 10 минут.

- Сейчас по одному человеку от группы прошу выйти в центр класса для жеребьевки. Вы будете тянуть жребий, чтобы определить сферу деятельности вашей команды (тянут жребий и выбирают, какую компанию они будут представлять). Итак, выбор сделан, приступаем к выполнению задания. Слушаем инструкцию.

Инструкция

Из списка предложенных профессий нужно выбрать те, которые относятся к выбранному вами виду деятельности и которые необходимы для решения задач бизнеса.

Ваш бизнес у каждого определен: фармацевтическое производство и продажа лекарств, обучение и воспитание подрастающего поколения, оказание риэлтерских услуг.

Подсказка: задача выбора упрощается, если вы для начала ознакомитесь с информацией о профессиях, а затем выстроите схему «движения товара» (От производителя к потребителю. Помните, вы реализуете товар!) На листе запишите выбранные профессии.

Далее вам необходимо придумать название своей компании, «бренд» (торговую марку и кредо) своей компании.

Вакансии выбранных вами профессий должны быть заполнены конкретными людьми. Пусть это будут члены вашей команды, личностные качества которых отвечают требованиям выбранных профессий.

Подсказка: для того чтобы сделать выбор, необходимо оценить требования, которые профессия предъявляет к личности человека, и сопоставить с его возможностями.

Не забудьте об «информационном поле» – вашему делу нужна «раскрутка»! Разработайте программу рекламной акции.

Далее вам необходимо найти точки пересечения ваших интересов с другими командами и договориться с ними о сотрудничестве.

На выполнение задания отводится 45 минут.

- Время вышло. Переходим к защите ваших проектов. Давайте послушаем первую команду, затем по очереди выслушиваем всех.

Рефлексия. При обсуждении ребята говорят о том, что нового они узнали из сегодняшнего занятия, делятся своими впечатлениями от работы. Ведущий поддерживает дискуссию участников.

- Я думаю, каждый из вас, примеряя на себя ту или иную профессию, оценил свои способности, попробовал себя в роли бизнесмена, а также определил свои возможности и желание работать в данном профессиональном направлении. И, делая настоящий профессиональный выбор вашего личного жизненного пути, вы вспомните об этом опыте и примете правильное решение.

- Всем спасибо за участие в работе. И удачи на профессиональном пути!

Комментарий и рекомендации: занятие больше похоже на автономный игровой тренинг по развитию навыков целеполагания и планирования. Проходит в атмосфере творческого и эмоционального подъема и вызывает искренний интерес у участников. Помимо того, учащиеся знакомятся как с малоизвестными профессиями, так и с традиционными профессиями, не пользующимися спросом, но востребованными. Учащиеся соотносят требования, которые предъявляет профессия, с возможностями человека.

Приложение

Список профессий

Пиар-менеджер (специалист по связям с общественностью)	Контролер-кассир
Провизор	Парикмахер
Токарь	Продавец промышленных, продовольственных товаров
Повар-кондитер	Секретарь-референт
Бухгалтер	Гувернер (гувернантка)
Косметолог	Девелопер
Верстальщик	Логистик
Социальный работник	Мерчендайзер
Имиджмейкер	Промоутер (коммивояжер)
Аудитор	Reception (секретарь-диспетчер)
Бренд-менеджер	Дилер

Секретарь-машинистка
Водитель автомобиля
Менеджер по работе со складами (товаро-
вед)
Брокер
Маркетолог
Дизайнер
Риэлтер
Учитель
Директор
Психолог
Уборщик помещений
Менеджер по продажам

Менеджер по закупкам
Эколог
Эконом (экономка)
Фармацевт
Экспедитор
Экспедитор по перевозке грузов (агент по
снабжению)
Юрисконсульт
Фотограф
Коммерческий агент
Лаборант-эколог
Коммерсант

(при желании список можно дополнить или изменить в соответствии с условиями
игры)

Источник: <http://www.openclass.ru/node/112313>

Приложение 8

Рынок и рыночные отношения

*Далимаева Аксана Сергеевна,
учитель ГУО «Новиковская детский сад-базовая школа Шумилинского района»*

Цель занятия: формирование экономического сознания и экономического мышления на основе осмысления рыночных отношений в экономике.

Задачи занятия:

1. Уяснение учащимися представлений о рынках и их видах, о фирме (компании) как субъекте рыночной экономики и различных вариантах ее поведения в зависимости от того, в рамках какой рыночной структуры она действует.
2. Формирование умений учащихся различать структуры рынка, используя признаки классификации рыночных структур и их особенности.
3. Развитие у школьников умений анализировать действия рыночного механизма регулирования экономики, понимать его достоинства и недостатки.
4. Закрепление умений и навыков у учащихся применять полученные знания в конкретных ситуациях, формирование у них умений делать выводы, проводя анализ существующей рыночной структуры.
5. Воспитание экономического мышления. Содействие осознанию школьниками того, что в условиях рыночной экономики исключительное значение имеет конкурентоспособность, которой должны обладать не только фирмы, но и люди, стремящиеся занять достойное место в жизни.

Форма занятия: смешанная (лекция с элементами беседы, групповая работа).

Основные понятия: рынок: спрос, предложение, конъюнктура; конкурентные преимущества; потребители; конкуренты; поставщики; партнеры; выбор идеи из рыночных соображений; инновации и копирование.

Ход занятия

1. Организационный момент

2. Актуализация ЗУН. Мотивация. Постановка задач.

Вступительное слово учителя: Что означают, на ваш взгляд, слова «рынок» «конкуренция», «конкурентный рынок»?

Возможные ответы: место для торговли, состязание, соревнование, соперничество, борьба.

3. Объяснение нового материала.

Учитель:

РЫНОК – это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения, совокупность отношений товарного обмена; механизм взаимодействия производителей и потребителей, при котором производители товаров, ориентируясь на спрос покупателей, сами решают, когда, в каком количестве и какие товары производить.

- Какие признаки рынка вы знаете?

- Каковы функции рынка? (информационная, посредническая, регулирующая, санирующая, ценообразующая)

- Что такое экономика?

- Какие три вопроса решает экономика?

Состязание...

• **Между кем?** – между производителями однотипных товаров, услуг (или между потребителями за товар в условиях дефицита).

• **За что?** – за привлечение как можно большего числа покупателей.

• **Во имя чего?** – для получения максимальной прибыли.

Вопрос к учащимся: Существовало ли понятие конкуренции при командной (административной) экономике, имело ли оно большое значение в развитии производства?

Возможный ответ: Нет, так как не было свободы выбора ни у производителей, ни у потребителей. Это была плановая экономика.

Учитель: Конкуренция – неотъемлемая черта рыночной экономики. В переводе с латинского означает «сбегаться», «сталкиваться». Конкуренция – это свободное экономическое соперничество между фирмами за деньги покупателя. Какими способами производители (продавцы) могут привлечь к себе внимание покупателей?

Возможные ответы учащихся:

Кроме изменения цены, производители могут использовать:

- оригинальную упаковку,

- лучшее качество,

- улучшенный сервис,

- необычное оформление торгового зала,

- рекламу,

- лотереи, конкурсы,

- дополнительные услуги для удобства покупателей.

Вопрос: Какой тип конкуренции из представленных встречается наиболее часто?

Рис. 1.3 Классификация конкуренции



4. Мозговой штурм. Работа в группах

«Мозговой штурм» – определите положительные и негативные стороны рыночной экономики, положительные и негативные стороны командной экономики (2 группы обобщают ответы в таблицу).

Положительные стороны	Негативные стороны
РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА	
Направляет ресурсы на производство необходимых обществу товаров. Способно повышать качество товаров и услуг	Подвержена нестабильному развитию со спадами и инфляционными процессами. Несёт в себе опасность безработицы. Может усилить имущественную дифференциацию
КОМАНДНАЯ ЭКОНОМИКА	
Устойчивое развитие без экономических кризисов. Низкие цены. Отсутствие безработицы. Гарантированная зарплата	Отсутствие экономических стимулов к трудовой деятельности. Постоянный дефицит товаров. Низкое качество продукции. Расточительное отношение к ресурсам Формирование социального иждивенчества

5. Законы рынка (мини-лекция)

Главные экономические вопросы в рыночной и смешанной моделях экономики решаются производителями по рыночным законам. Основными параметрами, регулирующими поведение субъектов рынка, являются **спрос и предложение**, между которыми существует взаимная связь. **Предложение** – понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара за определённый период времени при определённых условиях. **Спрос** – это то количество товаров определённого вида, которое покупатель готов купить при определённом уровне цен.

Величина спроса зависит от цены товара (услуги). Соотношение между спросом и предложением называется **рыночной конъюнктурой**.

«Продуктом» системы управления рыночными возможностями компании являются **конкурентные преимущества**. Подобно тому, как не существует компании без потребности в ее продуктах (услугах), так не существует рыночных возможностей без конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества делают компанию узнаваемой на рынке, защищают от воздействий конкурентных сил. **Конкурентоспособность** представляет собой результат, фиксирующий наличие конкурентных преимуществ, без которых она невозможна.

Внешние факторы конкурентного преимущества товара включают:

- уровень конкурентоспособности страны;
- уровень конкурентоспособности организации, выпускающей товар;
- силу конкуренции на выходе системы среди ее конкурентов;
- силу конкуренции на входе системы среди поставщиков сырья, материалов и комплектующих,
- силу конкуренции среди товаров-заменителей;
- появление новых потребителей;
- уровень организации производства, труда и управления у посредников и потребителей товаров;
- активность контактных аудиторий.

Внутренние факторы конкурентного преимущества товара:

- патентоспособность (новизна) структуры или состава товара;
- рациональность организационной и производственной структур системы;
- конкурентоспособность персонала системы;
- прогрессивность информационных технологий;
- прогрессивность технологических процессов и оборудования;
- научный уровень системы управления;
- обоснованность миссии системы.

Конкурентное преимущество фирмы не всегда очевидно. На практике отличия между фирмой и ее конкурентами, которые выбираются для оценки преимуществ или недостатков, могут быть очень субъективными в зависимости от того, чему руководство придает значение — внутрифирменным факторам, клиентам или конкурентам. При формировании конкурентного преимущества возможны варианты:

- концентрация на конкурентах, базирующаяся на сравнении фирмы с ее ближайшими конкурентами;
- ориентация на клиентов и на удовлетворение их потребностей, когда компания полагается главным образом на мнения клиентов о том, как она выглядит в сравнении с конкурентами;
- ориентация на рыночную перспективу, когда уделяется внимание как потребителям, так и конкурентам.

Для того чтобы какой-либо фактор был не просто конкурентным, а решающим преимуществом, необходимо, чтобы он имел ключевое значение при удовлетворении потребности и одновременно базировался на уникальности бизнеса фирмы. Значение имеет как базовое качество, так и уникальность товара.

6. Закрепление учебного материала.

Вопросы на закрепление учебного материала:

1. *Что такое рынок? Какие виды рынков вы знаете?*
2. *Чем отличается рыночная и командная экономика?*
3. *Какое значение для рыночной экономики имеет конкуренция?*
4. *Назовите известные вам виды конкуренции, приведите примеры каждого вида.*
5. *Что такое «рыночная конъюнктура», какое значение она имеет?*
6. *Как соотносятся спрос и предложение? Какими характеристиками должен обладать товар, чтобы иметь конкурентное преимущество?*
7. *Какими способами можно повысить конкурентоспособность своей компании?*

7. Рефлексия:

Какова была тема занятия?

Какая цель стояла перед тобой на занятии?

Какие новые знания, идеи, правила ты освоил на занятии?

Какие мысли, чувства вызвало у тебя это занятие?

Оцените по десятибалльной системе всю работу класса на занятии с трех позиций:

- Я (личный вклад собственного труда)
- Мы (работа всего класса)
- Дела (степень новизны темы)

Приложение 9

Банковский процент

9-10 класс

*Мацкевич Дмитрий Геннадьевич,
учитель математики ГУО «Браславская гимназия»*

Цель – готовность учеников делать выбор наиболее выгодных условий вложения денег в банк и умение проверять его правильность математическими расчётами.

Задачи:

обучающие:

- вывести формулы для вычисления суммы вклада по простому и сложному процентам и установить их связь с арифметической и геометрической прогрессиями;
- организовать ситуации для:
- прогнозирования учащимися результатов собственной познавательной деятельности;
- развития навыков самоопределения учащихся при решении задач;
- развития рефлексивных способностей, оценочной самостоятельности учащихся;

создать условия для:

- развития коммуникативных способностей учащихся;
- развития мышления учеников.

Материалы к занятию: раздаточный материал (заготовка для кластера каждому ученику или одна на парту), четыре рекламных плаката.

Цитата занятия: «Совершенно недостаточно давать людям образование, надо ещё учить их пользоваться этим образованием». Альберто Моравиа (1907-1990), итальянский писатель.

План занятия

1. Организационный момент.
2. Подготовка к основному этапу занятия:
 - актуализация опорных знаний (повторение понятий и формул, связанных с арифметической и геометрической прогрессиями);
 - обеспечение мотивации и принятия учащимися цели и задач урока;
3. Усвоение новых знаний и способов действий:
 - активные действия учащихся с объектом изучения через решение частных задач по начислению простого и сложного процентов;
 - вывод общих формул для простого и сложного процентов;
4. Закрепление знаний и способов действий:
 - решение задачи конструктивного уровня;
 - решение задач в частично изменённой ситуации при работе в группах.
5. Рефлексия. Подведение итогов занятия

Ход занятия

1. Организационный момент.

Сегодня на занятии я предлагаю Вам разобраться в практическом применении числовых последовательностей. Так, с одним из видов числовой последовательности мы встречаемся в биологии. Число образовавшихся клеток при митозе и мейозе изменяется как n -й член геометрической прогрессии со знаменателем 2 и 4 соответственно. В литературе при изучении стихотворных метров на помощь приходит арифметическая прогрессия. Например, ямб – стихотворный метр с акцентами на чётных слогах стиха. Номера ударных слогов (второй, четвёртый, шестой, восьмой и т. д.) образуют арифметическую прогрессию с первым членом два и разностью, равной двум. Оказывается, числовые последовательности нашли своё применение и в экономике. Так, при подсчёте банковского процента нам помогают арифметическая и геометрическая прогрессии...

2. Подготовка к основному этапу занятия.

Прежде чем перейти к рассмотрению новой темы, я предлагаю повторить основные положения, связанные с числовыми последовательностями. Для этого Вам необходимо заполнить опорную схему (кластер).

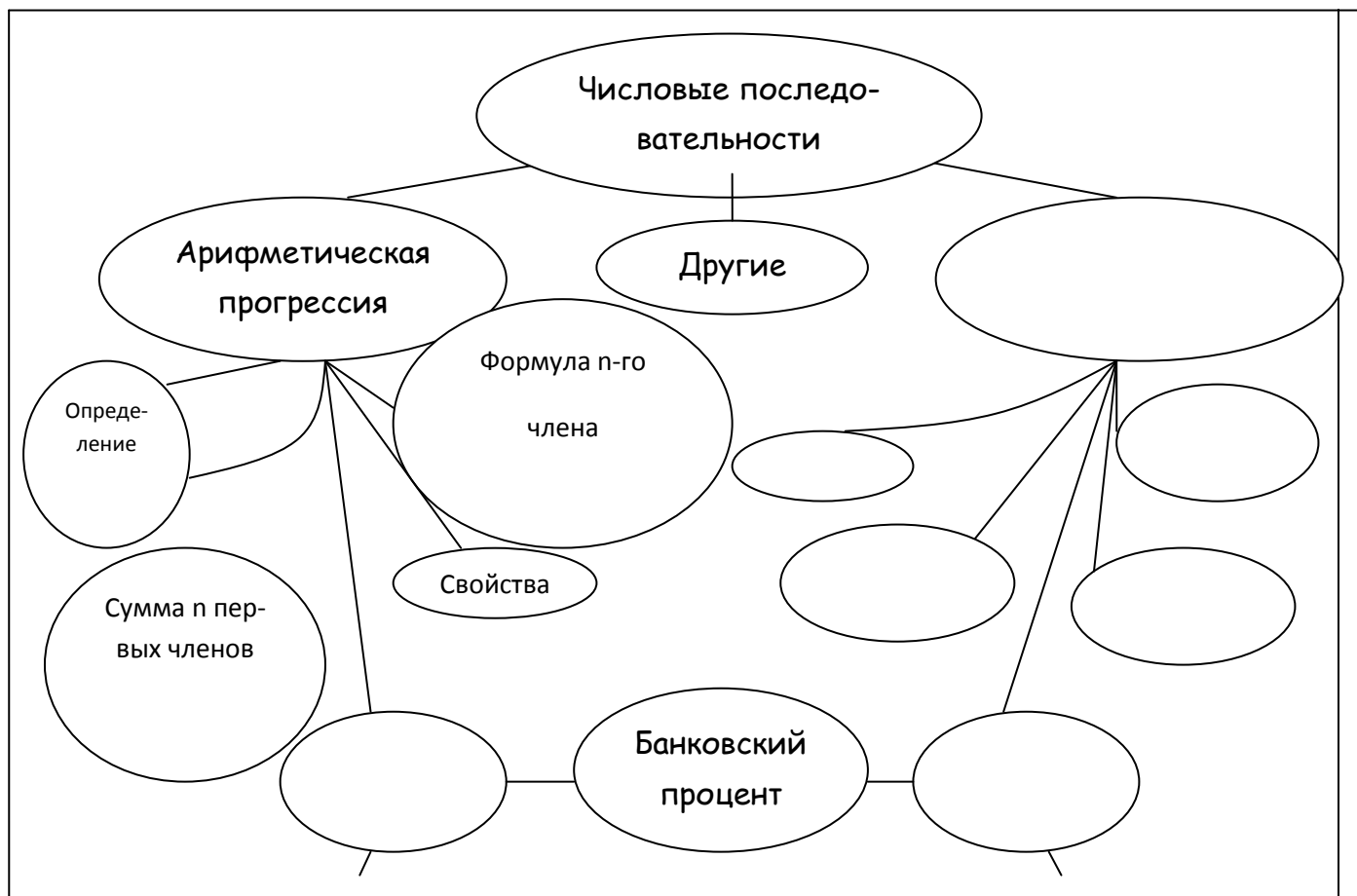


Рис.1. Примерный вид кластера в начале занятия (раздаточный материал)

Варианты заполнения кластера (по усмотрению учителя, в зависимости от подготовленности к такой работе класса):

- * А) Схема заполняется совместными усилиями и дублируется учителем на доске (с внешней стороны).
- * Б) Работа выполняется в парах (один кластер на двоих).
- * В) Индивидуальное заполнение схемы учащимися.

При заполнении опорной схемы ребята вспоминают и повторяют теоретические сведения по данной теме (фронтально, индивидуально или в парах). Желательно, чтобы кластер появился и на доске (учитель или один из учеников может заполнить его на обратной стороне доски). Выполняя задание, ребята сталкиваются с проблемной ситуацией: имеющихся знаний недостаточно для нахождения связей между изученными прогрессиями и банковским процентом. В результате ученики выходят на формулировку познавательной цели занятия.

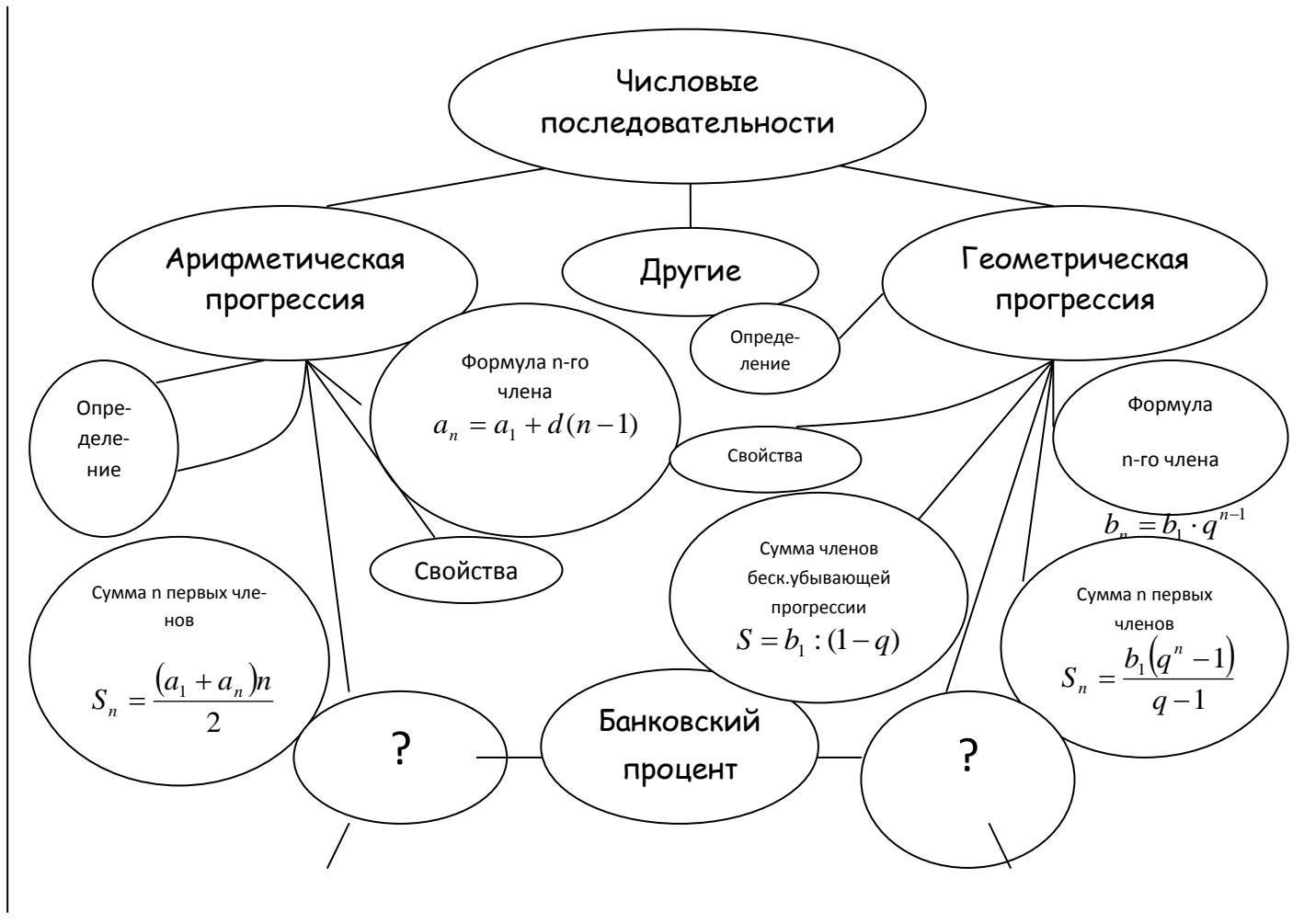


Рис.2. Промежуточный вид кластера (проблемная ситуация)

3. Усвоение новых знаний и способов действий.

За хранение сбережений вкладчика и разрешение распоряжаться этими деньгами банк выплачивает вкладчику проценты к хранящейся сумме денег. В зависимости от способа начисления проценты делятся на простые и сложные. Рассмотрим сначала, как начисляются простые проценты. При таком способе начисления суммы процентов в течение всего срока хранения определяются исходя из первоначальной суммы вклада S_0 независимо от срока хранения и количества периодов начисления процентов. Обсудим эту схему на примере одной задачи.

Задача №1. Вы открыли счёт в банке и положили на него сумму $S_0=600$ тысяч рублей под простые проценты по ставке 20% в год. Какой будет сумма вклада через год? два года? три года? четыре года? n лет?

Решение. Сумма процентов за год равна $\frac{600}{100\%} \cdot 20\% = 600 \cdot 0,2 = 120$ (тыс. руб.). Тогда

$$S_1 = 600 + 1 \cdot 120 = 720 \text{ (тыс. руб.) – сумма вклада через год;}$$

$$S_2 = 600 + 2 \cdot 120 = 840 \text{ (тыс. руб.) – сумма вклада через два года;}$$

$$S_3 = 600 + 3 \cdot 120 = 960 \text{ (тыс. руб.) – сумма вклада через три года;}$$

$$S_4 = 600 + 4 \cdot 120 = 1080 \text{ (тыс. руб.) – сумма вклада через четыре года;}$$

...

$$S_n = 600 + n \cdot 120 \text{ (тыс. руб.) – сумма вклада через } n \text{ лет.}$$

Вопрос. Что можно сказать о последовательности сумм вкладов на счёте 600; 720; 840; 960; ...; $600 + n \cdot 120$; ...?

Ответ. Это арифметическая прогрессия с первым членом 600 и разностью 120.

Задача №2. Вы открыли счёт в банке и положили на него сумму S_0 под простые проценты по ставке $p\%$ в год. Какой будет сумма вклада через год? два года? n лет? Как изменяется сумма вклада?

Решение. Сумма процентов за год равна $\frac{S_0 \cdot p}{100}$.

$$S_1 = S_0 + \frac{S_0 \cdot p}{100}; S_2 = S_0 + \frac{2S_0 \cdot p}{100}; \dots; S_n = S_0 + \frac{nS_0 \cdot p}{100}.$$

Вывод: вклад S_0 с ростом n растёт как арифметическая прогрессия с разностью $\frac{S_0 \cdot p}{100}$.

$S_n = S_0 + \frac{nS_0 \cdot p}{100}$ — формула для подсчёта суммы вклада по простому проценту через

n лет.

Начисление простых процентов не очень справедливый способ расчёта с вкладчиком. Так, в задаче №1 если вкладчик не снимет через год деньги со счёта, то он окажется в невыгодном положении. Действительно, в конце первого года на его счёте будет находиться 720 тыс. рублей и банк весь год будет пользоваться этой суммой. Однако в конце второго года проценты начисляются только на первоначальные 600 тыс. рублей. Получается, что банк бесплатно (!) целый год пользовался 120 тыс. рублей. С ростом n эта несправедливость будет только возрастать.

Рассмотрим другой способ расчёта банка с вкладчиком, который устраняет этот недостаток.

Он состоит в следующем: если вкладчик не снимает со счёта сумму начисленных процентов, то эта сумма присоединяется к основному вкладу, а в конце следующего года банк будет начислять проценты уже на новую, увеличенную сумму. Такой способ начисления “процентов на проценты” называют *сложными процентами*, а операцию присоединения начисленных процентов к основному вкладу — *капитализацией* процентов. Решим задачу №1 при условии начисления сложного процента.

Задача №3. Вы открыли счёт в банке и положили на него сумму $S_0=600$ тысяч рублей под сложные проценты по ставке 20% в год. Какой будет сумма вклада через год? два года? три года? n лет?

Решение. Сумма процентов за первый год равна $\frac{600}{100\%} \cdot 20\% = 600 \cdot 0,2 = 120$ (тыс. руб.). Тогда $S_1 = 600 + 600 \cdot 0,2 = 600(1 + 0,2) = 600 \cdot 1,2 = 720$ (тыс. руб.) — сумма вклада через год;

$$S_2 = 720 \cdot 1,2 = 600 \cdot 1,2^2 = 864 \text{ (тыс. руб.) — сумма вклада через два года;}$$

$$S_3 = 864 \cdot 1,2 = 600 \cdot 1,2^3 = 1036,8 \text{ (тыс. руб.) — сумма вклада через три года;}$$

...

$$S_n = 600 \cdot 1,2^n \text{ (тыс. руб.) — сумма вклада через } n \text{ лет;}$$

Вопрос. Что можно сказать о последовательности сумм вкладов на счёте 600; 720; 864; 1036,8; ...; $600 \cdot 1,2^n$; ...?

Ответ. Это геометрическая прогрессия с первым членом 600 и знаменателем 1,2.

Задача №4. Вы открыли счёт в банке и положили на него сумму S_0 под сложные проценты по ставке $p\%$ в год. Какой будет сумма вклада через год? два года? n лет? Как изменяется сумма вклада?

Решение. Сумма процентов за первый год равна $\frac{S_0 \cdot p}{100}$.

$$S_1 = S_0 + \frac{S_0 \cdot p}{100} = S_0 \cdot \left(1 + \frac{p}{100}\right) \text{ -- сумма вклада через год;}$$

По истечении второго года банк начислит $p\%$ уже на сумму S_1 и поэтому она увеличится на $\frac{S_1 \cdot p}{100}$. В конце второго года на счёте окажется сумма S_2 , причём

$$S_2 = S_1 + \frac{S_1 \cdot p}{100} = S_1 \cdot \left(1 + \frac{p}{100}\right) = S_0 \cdot \left(1 + \frac{p}{100}\right) \cdot \left(1 + \frac{p}{100}\right) = S_0 \left(1 + \frac{p}{100}\right)^2.$$

Очевидно, что через n лет сумма денег на счёте вкладчика достигнет величины

$$S_n = S_0 \cdot \left(1 + \frac{p}{100}\right)^n.$$

Вывод: вклад S_0 с ростом n растёт как геометрическая прогрессия со знаменателем $1 + \frac{p}{100}$.

$$S_n = S_0 \cdot \left(1 + \frac{p}{100}\right)^n$$

-- формула для подсчёта суммы вклада по сложному проценту через n лет.

4. Закрепление знаний и способов действий.

Однако не всё так просто в мире банков. Нельзя однозначно сказать, что вклад по сложному проценту всегда выгоднее, нежели вклад по простому проценту. Всё зависит от процентной ставки и срока хранения.

Задача №5. Банк «Магнат» принимает у населения вклады под 16% годовых и начисляет простой процент. Банк «Капитал» принимает вклады у населения под 15% годовых и начисляет сложный процент. Вы хотите положить в банк 500 тыс. рублей. В каком банке Вы откроете счёт, если срок вклада составит 1 год? 2 года, при условии, что деньги хранятся на счёту весь срок?

Решение. Срок вклада – 1 год:

$$S_M = 500 \cdot 1,16 = 580 \text{ (тыс. руб.);}$$

$$S_K = 500 \cdot 1,15 = 575 \text{ (тыс. руб.); } S_M > S_K.$$

Срок вклада – 2 года:

$$S_M = 500 + \frac{2 \cdot 500 \cdot 16}{100} = 500 + 2 \cdot 500 \cdot 0,16 = 660 \text{ (тыс. руб.);}$$

$$S_K = 500 \cdot \left(1 + \frac{15}{100}\right)^2 = 500 \cdot 1,15^2 = 661,25 \text{ (тыс. руб.); } S_M < S_K.$$

Ответ: на один год – в банке «Магнат»; на два года – в банке «Капитал».

В настоящее время вклады сроком более года не пользуются спросом у населения. Поэтому банки предлагают вклады на небольшие сроки: полгода, 3 месяца, месяц, производя капитализацию вкладов по несколько раз в год. Например, вклад сроком на один год под 20% годовых с поквартальной капитализацией означает, что начисление

процентов будет происходить четыре раза в год по 5%, причём начисляемые проценты будут присоединяться к основному вкладу.

Задача №6. По классу развешаны плакаты с условиями годовых вкладов четырёх банков. Необходимо интуитивно выбрать банк, который, на Ваш взгляд, принесёт наибольшую прибыль за год, а затем проверить правильность своего выбора математическими расчётами.

<p>α -банк 17,5% годовых</p> <p>У нас самые большие про- центы!</p>	<p>β -банк 17% годовых + полугодовая капитализация</p> <p>Надёжный банк!</p>	<p>γ -банк 16% годовых + поквартальная капитализация</p> <p>Гарантия Вашего успеха!</p>	<p>ω -банк 12% годовых + ежемесячная капитализация</p> <p>Проценты начисляются каждый месяц! Спешите!</p>
---	---	---	---

Рис.3. Рекламные плакаты

Ученики расходятся по классу, изучают условия вкладов и рекламные слоганы банков и через минуту останавливаются у плаката того банка, который, по их мнению, является наиболее прибыльным. Затем, объединившись в группы единомышленников, вычисляют, во сколько раз увеличится начальный вклад S_0 через год в данном банке с точностью до тысячных. После этого каждая группа делает отчёт по выбранному банку и определяется наиболее выгодный вклад.

Решение. Определим, во сколько раз увеличится сумма вклада S_0 через год (с точностью до тысячных) в предложенных банках:

$$S_{\alpha} = S_0 \cdot 1,175;$$

$$S_{\beta} = S_0 \cdot 1,085^2 = S_0 \cdot 1,177;$$

$$S_{\gamma} = S_0 \cdot 1,04^4 = S_0 \cdot 1,170;$$

$$S_{\omega} = S_0 \cdot 1,01^{12} = S_0 \cdot 1,127.$$

Значит, наиболее выгодным для хранения денег является годовой вклад в β -банке.

5. Рефлексия. Подведение итогов занятия.

В конце занятия я предлагаю вернуться к опорной схеме и ответить на вопросы:

❖ Какая связь существует между числовыми последовательностями и банковским процентом?

❖ Какие формулы для подсчёта вклада по простому и сложному процентам узнали на занятии?

❖ От чего зависит прибыльность вклада?

❖ Что такое капитализация процентов?

❖ Ваше отношение к изученной теме, её практическая значимость в дальнейшей жизни.

При ответах на вопросы ученики дополняют кластер. Тем самым они отвечают на вопросы, которые были поставлены в начале занятия.

Дополнительные задания

№1. В банк внесён вклад 64000 рублей. Какова годовая ставка сложных процентов, если через три года на счёте вкладчика оказалось 216000 рублей? (Ответ: 50%.)

№2. Творческое. Определить наиболее выгодный вклад в «Беларусбанке» и (или) «Белагропромбанке» и (или) других банках при сроке вклада один год.

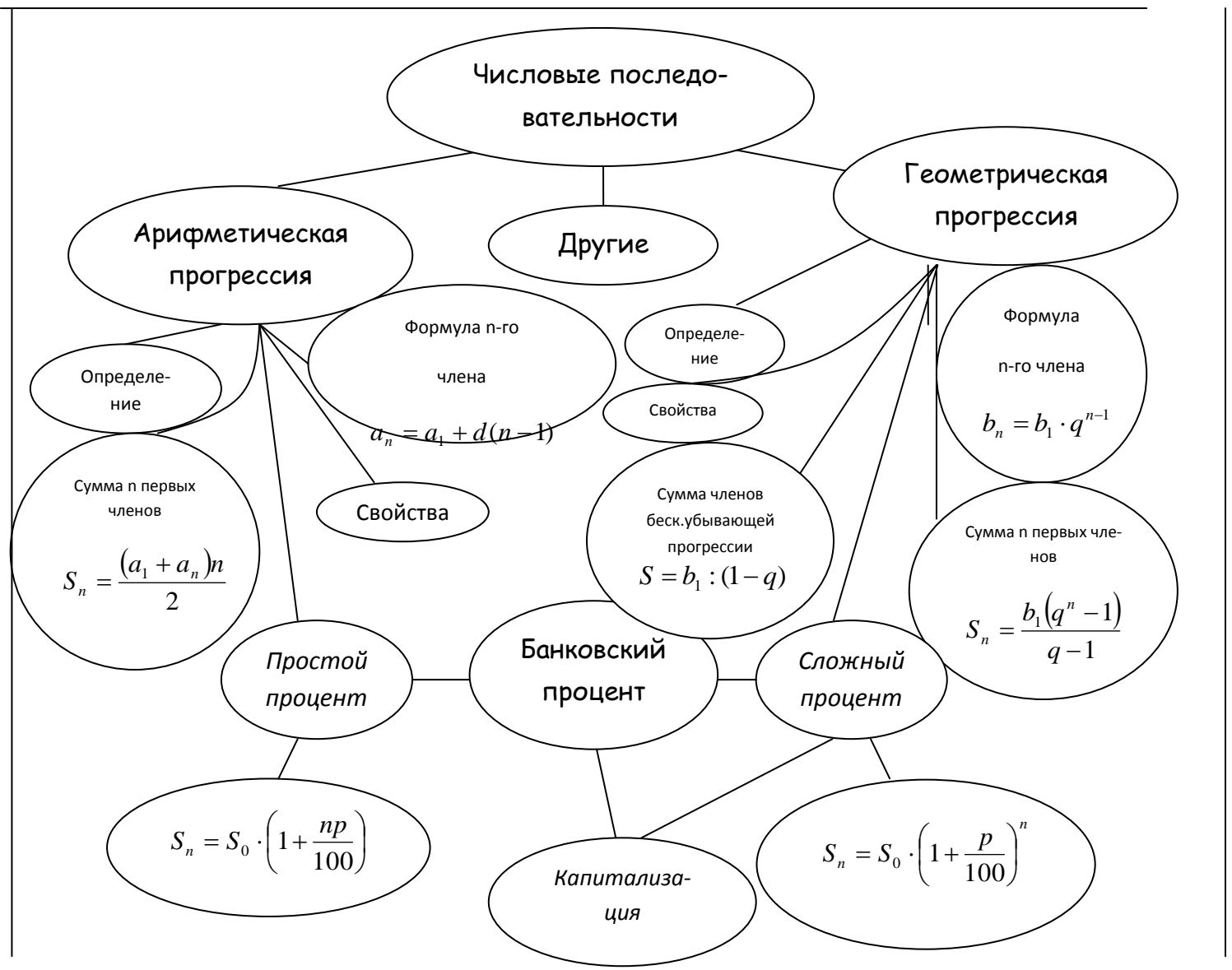


Рис.4. Примерный вид кластера в конце занятия.

Практикум (с элементами ток-шоу) «Что такое предпринимательство»

*Дубовик Людмила Георгиевна,
учитель трудового обучения ГУО «Средняя школа №46 г. Витебска»*

Цели занятия:

- познакомиться с реальными участниками предпринимательской деятельности;
- способствовать формированию знаний по предпринимательству и навыков предпринимательской деятельности;
- содействовать пониманию необходимости знаний по предпринимательству в современных условиях экономики.

Формы деятельности:

выступление учителя по вопросам основного содержания темы; беседа по подготовленным вопросам с предпринимателями; дискуссия; ответы на вопросы учителя; запись основных положений в тетрадь.

Форма занятия: практикум (с элементами ток-шоу).

Эпиграф занятия (записан на доске):

«Мудр тот, кто знает нужное, а не многое». (Эсхил)

Ход занятия

1. Организационный момент

Подготовка участников игры (герои ток-шоу и зрители).

2. Вступительное слово учителя

Слово “бизнес” имеет английское происхождение, и это не случайно: Англия является классическим примером капиталистических отношений, основанных на бизнесе и предпринимательстве. Оно распространено по всему миру, им пользуются во всех странах. Бизнес – это делание денег из денег, но... обязательно через какую-либо полезную деятельность, создающую продукты или оказывающую услуги. Легко понять, что бизнес можно успешно делать, только обладая предприимчивостью, а предприимчивость проявляет себя только через бизнес. Предприимчивость как особый талант и бизнес как дело составляют содержание предпринимательства. Бизнес и предпринимательство – это реалии современной экономики, которые окружают нас повсюду, являясь частью нашей жизни. И поэтому совершенно очевидна актуальность данной темы, её значимость для нас с вами. Для многих из вас это будет делом вашей жизни. Многие, кто сидел за этими партами за 6-7 лет до вас, открыли свои магазины, строительные фирмы, адвокатские конторы, парикмахерские. И они не имели тогда возможности обсуждать эти вопросы, их учила сама жизнь. Вы находитесь в более выгодных условиях, ещё на школьной скамье вы можете готовить себя к столь непростому делу.

Профессия предпринимателя сейчас очень актуальна, она многих притягивает, и многие молодые люди мечтают получить образование по специальностям, связанным с предпринимательской деятельностью. На самом деле это нелегко, не у каждого это получается. Наша задача – разобраться в этой проблеме, найти пути ее решения. Ответить на вопрос: «Что такое предпринимательство?»

3. Выступление героев программы

(рассказ приглашенных гостей, занимающихся предпринимательской деятельностью: с чего они начинали, с какими проблемами встречаются до сих пор).

Вопросы участников ток-шоу (зрителей-учащихся) к героям программы (учащиеся задают подготовленные заранее вопросы).

4. Изучение основных понятий по предпринимательству

Предпринимательская деятельность

Предпринимательская деятельность – это одна из форм участия граждан в предпринимательских отношениях. Предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнении работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке.

Владимир Даль в своем словаре дает следующее объяснение понятия предприниматель. «Предприниматель – это предприимчивый торговец, способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый, решительный, отважный на дела этого рода человек».

Субъекты предпринимательства

Юридические лица – организации, которые имеют в собственности, в хозяйственном ведении или в оперативном управлении обособленное имущество и отвечают по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные имущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридическими лицами являются коммерческие организации и некоммерческие организации (потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации и др.).

Гражданин имеет право заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Формы предпринимательской деятельности

К формам предпринимательской деятельности относят: хозяйственные товарищества и общества, унитарные предприятия, производственные кооперативы, финансово-промышленные группы и так далее.

Предпринимательское право

Права предпринимателя: каждый предприниматель имеет право: самостоятельно формировать производственную программу, выбирать поставщиков и потребителей своей продукции, устанавливает на нее цены в пределах, определяемых законодательством РБ и договорами, оспаривать в суде в установленном законом порядке действия граждан, юридических лиц, органов государственного управления.

Обязанности предпринимателя: выполнять обязательства, вытекающие из законодательства РБ и заключенных им договоров; своевременно предоставлять декларацию о доходах и выплачивать налоги в порядке и размерах, определенных законодательством РБ.

5. Как организовать свое дело? (тренинг)

Задание:

1. Подумайте, какое свое дело вы могли бы открыть?
2. Выберите организационно-правовую форму бизнеса (обоснуйте свой выбор).
3. Подготовьте проект трудового договора с работниками (режим работы, условия оплаты, ответственность).
4. Составьте схематично план бизнеса.

6. Обобщение (дискуссия)

1. Можем ли мы ответить на вопрос, поставленный в теме нашего занятия?
2. Появилось ли у Вас желание стать предпринимателем?
3. Что Вам не хватает для занятия предпринимательской деятельностью?

4. С какими новыми понятиями Вы познакомились?

5. В каких вопросах расширили знания?

Подведение итогов занятия.

Домашнее задание:

Написать эссе на тему «Почему я хочу стать предпринимателем».

Рефлексия.

Ребята, с помощью смайликов настроения покажите свое отношение к сегодняшнему занятию:

- желтый цвет (веселый смайлик) – занятие понравилось, было интересно.

- синий цвет (грустный смайлик) – занятие не понравилось.

- зеленый цвет (нейтральный смайлик) – мне было все равно.

Эссе на тему «Почему я хочу стать бизнесменом», написанные участниками бизнес-компаний

Почему я хочу стать бизнесменом?

Филькина Алиса, учащаяся 8 «Е» класса ГУО «Средняя школа № 46 г.Витебска»

Идея заняться бизнесом пришла мне в голову после того, как я узнала о школьной бизнес-компании.

Эта профессия, на мой взгляд, подходит мне. Я люблю заниматься продажами, а также умею общаться с людьми. В данной профессии человек должен быть с творческим и поисковым складом ума. С творческим, чтобы мыслить обширно, воплощать идеи общества в своей сфере деятельности. А поисковым, чтобы выстраивать возможные риски, продумывать результаты своих действий. Умение прогнозировать ситуацию необходимо для бизнеса, чтобы не остаться в убытке, четко балансировать между спросом и предложением.

В бизнесе, я считаю, не главное самому уметь, а главное – найти единомышленников, готовых делать и рисковать. Также, занимаясь собственным делом, нужно постоянно совершенствовать свою продукцию и совершенствоваться самому. Ведь мир меняется очень быстро, спрос тоже. А чтобы зарабатывать деньги, необходимо четко следить за изменяющимся рынком, успевать соответствовать его требованиям.

Профессия бизнесмена престижна и модна. Мне нравится осуществлять свои замыслы и помогать в решении вопросов другим людям.

Герасько Ангелина, учащаяся 8 «Г» класса ГУО «Средняя школа № 46 г.Витебска»

Почему я хочу им стать? Хм... Это интересный вопрос, ведь жизнь бизнесмена имеет свои плюсы и минусы.

Бизнесмен – человек богатый, а порой даже очень богатый. И это уже звучит заманчиво. Люди этого мира могут позволить себе слишком многое, ведь они имеют все самое необходимое – деньги, власть, влияние и возможности.

Если бы я была бизнесменом, я бы, в первую очередь, обеспечила дорогих мне людей. Однако жизнь бизнесмена имеет и минусы. Само слово «бизнесмен» означает – человек дела, человек, умеющий это дело вести. А ведь это дано не каждому. Помимо всех прелестей их жизни, бизнесмен должен платить налоги, искать покупателей, продвигать продукцию на рынке, закупать сырье и параллельно заниматься массой всяких других дел.

Но, несмотря на это, я все равно хочу вести свое дело.

Прохоренко Елизавета, учащаяся 8 «Г» класса ГУО «Средняя школа № 46 г.Витебска»

Большинство взрослого населения в наши дни работает. Так уж заведено, что дети учатся, а взрослые ходят на работу. Это вам скажет любой ребенок, которого спросят, где его родители. Ещё в детстве, находясь на первой ступени образования, дети, глядя на родителей и беря с них пример, уже мечтают стать кем-либо. Будь это космонавт, учитель или врач. У ребенка уже есть мечта и стремление к достижению цели. Многие дети на вопрос: «Кем ты хочешь стать?» отвечают: «Бизнесменом». А в глазах горит искра восторга. Почему именно так многие дети отвечают на поставленный вопрос? Что их привлекает в этой профессии? Деловой стиль? Портфель?

Профессия бизнесмена – крайне тяжёлая работа. Бизнесмен выступает часто в роли владельца чего-либо. А это – вечные переговоры, командировки, шквал телефонных звонков. Быть бизнесменом – значит соответствовать высокой должности, быть ответственным и преданным своему делу. Немногие могут этими качествами отличаться.

Когда-то и у меня была такая мечта. И сейчас я хочу себе такое будущее. Но боюсь определённых сложностей, боюсь, хватит ли у меня терпения.

Профессия бизнесмена – динамичная профессия. Этот вид занятости требует постоянного профессионального роста, развития. Ну и, конечно, обеспечивает таким, на первый взгляд, банальным свойством, как материальный достаток.

Любите свою работу и ходите туда с хорошим настроением!

Приложение 11

Практическое занятие «Как стать успешным предпринимателем»

*Баранова Наталья Петровна, учитель белорусского языка и литературы,
Базеко Ирина Николаевна, учитель трудового обучения
ГУО «Средняя школа № 40 г.Витебска»*

Цель: формировать у учащихся экономические знания, воспитывать активную жизненную позицию.

Форма проведения: дидактическая игра.

Ход игры

Задание 1

Успешный предприниматель должен знать экономические термины. Сейчас мы ваши знания проверим.

Викторина (за правильный ответ ученик зарабатывает 200 рублей) Ученики по очереди выбирают номер вопроса, среди них есть как приятные, так и не очень приятные сюрпризы.

1. Депозит – это:

- *1) денежный вклад или ценные бумаги, вверяемые кредитным учреждениям,
- 2) номер банковского счёта,
- 3) расход на покупку средств производства.

2. Инфляция – это:

- *1) процесс обесценивания денег,
- 2) обмен рублей на доллары,
- 3) замена одних денег на другие.

3. Акция – это:
 - 1) денежная единица Ливана,
 - * 2) ценная бумага, дающая право на получение дохода,
 - 3) чековая книжка, дающая право на покупки в магазинах.
4. Спрос – это:
 - 1) количество денег, находящихся в обращении,
 - *2) потребность определённого количества товаров,
 - 3) первый страховой взнос.
5. Конкуренция – это:
 - 1) борьба за первое место в соревнованиях,
 - *2) соперничество между участниками рыночного хозяйства,
 - 3) спор между предпринимателями за место торговли.
6. Маркетинг – это:
 - *1) система управления производственной и сбытовой сферой,
 - 2) вывоз товара за границу,
 - 3) помощь менее развитым странам.
7. Лицензия – это:
 - 1) денежные вклады населения,
 - 2) денежное пособие отстающим предприятиям,
 - *3) разрешение заниматься той или иной деятельностью.
8. СЮРПРИЗ – получите наследство в 500 рублей.
9. Биржа – это:
 - 1) место проведения скачек,
 - 2) крытая передвижная торговая лавка,
 - *3) место для заключения финансовых и торговых сделок.
10. ИЗВЕЩЕНИЕ – произошла банковская ошибка не в вашу пользу, верните 100 рублей.
11. СЮРПРИЗ – ваш день рождения, каждый игрок делает вам подарок в 100 рублей.
12. Монополия – это:
 - *1) объединение предприятий, в руках которого находится большое количество продукции,
 - 2) мелкая разменная монета Египта,
 - 3) ценная бумага, дающая право на получение прибыли.
13. ИЗВЕЩЕНИЕ – заплатите штраф в 300 рублей.
14. Аукцион – это:
 - 1) праздничная распродажа товаров, сопровождаемая музыкой, конкурсами,
 - *2) торги по продаже определённых товаров,
 - 3) место, где производится обмен денежных средств.
15. Экспорт – это:
 - 1) ввоз товаров на территорию страны,
 - 2) затраты на выпуск продукции,
 - *3) вывоз товаров за границу для реализации их на внешнем рынке.
16. Деноминация – это:
 - 1) повышение курса доллара,
 - 2) повышение цен на товары повседневного спроса,
 - *3) изменение денежных знаков для упрощения расчётов.
17. СЮРПРИЗ – вам пришёл почтовый перевод в 200 рублей.
18. Инвестор – это:
 - *1) лицо, которое делает долговременное вложение капитала,
 - 2) лицо, которое берёт долговременный кредит,

- 3) человек, преуспевающий на бирже.
19. ИЗВЕЩЕНИЕ – заплатите штраф за превышение скорости в 200 рублей.
20. Банкрот – это:
- 1) человек, владеющий большим количеством акций и банкнот,
 - *2) человек, не способный заплатить долг,
 - 3) директор малого предприятия.
21. Дивиденд – это:
- *1) прибыль, получаемая людьми, которые владеют акциями предприятия,
 - 2) письменное долговое обязательство,
 - 3) старинная русская монета.
22. Убыток – это:
- 1) когда доход превышает расход,
 - *2) потеря материальных денежных ресурсов,
 - 3) человек, который разорился.
23. ИЗВЕЩЕНИЕ – оплатите счёт в 200 рублей.
24. СЮРПРИЗ – получите премию в 300 рублей.

Задание 2

Спрос населения на предлагаемые товары время от времени меняется, и успешный предприниматель должен уметь просчитывать это. Вам будут предложены ситуации, в которых нужно будет определить, как изменится спрос населения на некоторые товары. За каждый правильный ответ — 100 рублей (400— за карточку)

1. Многие люди прислушались к призывам общества защиты природы и стали покупать искусственные ёлки. Как изменится спрос на:

- 1.1 – искусственные ёлки (увеличится),
- 1.2 – живые ёлки (уменьшится),
- 1.3 – ёлочные игрушки (останется прежним),
- 1.4 – аэрозоль «Хвойный аромат» (увеличится).

2. В г. Снежном большинство домов отапливается газом или углём. В этом году к городу был подведён газопровод, и строительные кампании отдадут предпочтение газовому отоплению. Для проведения газового отопления необходимы трубы, а для строительства угольных печей — кирпич. Как изменится спрос на:

- 2.1 – газ (увеличится)
- 2.2 – уголь (уменьшится)
- 2.3. – трубы (увеличится)
- 2.4. – кирпич (уменьшится)

3. В стране – антитабачная кампания. В качестве средства рекламируется жевательная резинка. Как изменится спрос на:

- 3.1 – сигареты (уменьшится),
- 3.2 – жевательные резинки (увеличится),
- 3.3 – пепельницы (уменьшится),
- 3.4 – зажигалки (уменьшится).

Победителем является игрок, заработавший больше всех денег.

Исследовательская работа
«Экономико-математическое обоснование эффективности
создания школьной бизнес-компании
по производству текстильных изделий и сувениров»

*Кожемякина Наталья Александровна, учитель математики,
Ковпак Артём, ученик 9 «А» класса ГУО «Средняя школа № 31 г.Витебска»*

Создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности является одним из основных стратегических факторов устойчивого развития Республики Беларусь. В современных условиях предприимчивость и предпринимательство развиваются во всех сферах: в производстве продукции, сфере услуг, выполнении работ. Развитие предприимчивости с детского возраста позволит создать среду предпринимателей, которые в дальнейшем будут развивать белорусскую экономику.

Раскрепощение деловой инициативы и развитие креативности граждан способствуют формированию конкурентной среды, активизации инновационной деятельности, созданию рабочих мест, насыщению рынка товарами, повышению уровня жизни граждан. В этой связи одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Беларуси является развитие человеческого потенциала и предприимчивости.

Формирование предпринимательского мышления должно стать неотъемлемым элементом в национальной системе образования, так как сегодняшние школьники в ближайшие десятилетия будут определять благосостояние страны, накапливать ее потенциал в экономической, научной и культурных сферах, обеспечивать безопасность государства. Необходимость формирования предпринимательского мышления в школе вызвана требованием воспитания членов общества, способных действовать в современных рыночных условиях, правильно оценивать экономические процессы и эффективно участвовать в них.

Любой бизнес требует экономического основания экономической эффективности, которое излагается в документе – бизнес-план.

Актуальность исследования связана с низким уровнем развития предпринимательства в Беларуси по сравнению с зарубежными странами. Так удельный вес малых и средних предприятий (МПС) в валовом внутреннем продукте (ВВП) Республики Беларусь в 2014 г. составил 14,8% [20, с. 257]. В зарубежных странах этот показатель составляет: в США 52%, Японии – 51,1%, Германии – 57%, Китае – 60% [10].

Малые и средние предприятия производят уплату налогов из прибыли и тем самым формируют бюджет государства. Эти средства направляются на развитие различных сфер: образования, науки, культуры, искусства, спорта, обороны и безопасности государства. Для экономики Республики Беларусь приоритетной задачей является активизация предпринимательской деятельности в целях пополнения бюджета государства.

Главным фактором, побуждающим людей к осуществлению предпринимательской деятельности, является устойчивый спрос потребителей на текстильные изделия и сувениры. Исходя из производственных возможностей школ, в школьной бизнес-компании (ШБК) планируется осуществлять следующие виды деятельности:

- изготовление изделий ручной вышивки (пояса, фартуки, картины, рубашки и др.);
- изготовление изделий ручной работы (игрушек, декоративных панно, шкатулок, деталей и предметов украшения мебели, брелоков, ключниц, рукавиц, ремней, бижуте-

рии, украшений для волос, декоративных дополнений к одежде, сувениров, елочных украшений) из ткани, кожи, лент, нитей;

- изготовление изделий ручного ткачества, а также изделий, выполненных в лоскутной технике;
- изготовление макраме, гобеленов, флористики;
- изготовление сувениров в технике бисероплетения;
- пошив штор, рабочей одежды;
- изготовление поделок из дерева (кухонные принадлежности, панно и др.).

Для разработки бизнес-планов используют различные методы: экономико-статистические, математические, анкетирование. Значительную часть бизнес-плана составляет маркетинговые исследования, в результате которых изучают потребность в тех или иных товарах, услугах.

Цель исследования:

Продемонстрировать применение математики в экономическом обосновании эффективности создания школьной бизнес-компании по производству текстильных изделий и сувениров.

Задачи исследования:

- 1) провести анализ потребности рынка в текстильных и сувенирных изделиях;
- 2) оценить возможности школы на основе имеющихся ресурсов в организации производства текстильной и сувенирной продукции;
- 3) рассчитать возможный объём выпуска текстильной и сувенирной продукции;
- 4) рассчитать финансовые результаты от организации школьной бизнес-компании;
- 5) провести анализ возможных рисков и предложить методы страхования.

Проблема заключается в низкой предприимчивости и деловой инициативе школьников в Республике Беларусь, отсутствии возможностей развития предприимчивости без практических навыков бизнеса. Решить вышеуказанную проблему поможет организация школьной бизнес-компании в ГУО «Средняя школа № 31 г. Витебска» по производству текстильных изделий и сувениров.

Глава 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ШКОЛЬНОЙ БИЗНЕС-КОМПАНИИ

Основной целью деятельности ШБК является развитие экономического образования и молодёжного предпринимательства, новаторства, получение учащимися практических навыков по основам предпринимательства и экономики, а также – содействие профессиональному самоопределению учащихся.

Задачами ШБК являются:

- создание реально действующего безубыточного бизнес-проекта в рамках учреждения образования;
- развитие организационных навыков и психологической готовности обучающихся приступить к трудовой и/или предпринимательской деятельности после окончания учреждения образования;
- участие учащихся в реализации бизнес-планов;
- улучшение материально-технической базы учреждения образования.

Основными видами деятельности школьной бизнес-компании могут являться виды деятельности согласно классификатору видов экономической деятельности.

Для занятия данным видом деятельности имеются соответствующие опыт, образование, навыки:

- имеется опыт работы кружков;
- квалифицированные педагоги, сами владеющие технологией изготовления текстильных и сувенирных изделий и умеющие передать свое мастерство ученикам;

- помещение для организации производства текстильных товаров и сувениров;
- оборудование, инвентарь и инструменты, необходимые для организации бизнеса;
- согласие руководства школы и интерес учащихся.

К главным целям осуществления деятельности ШБК относятся:

- получение выручки от реализации продукции в размере 222 180 тыс. руб.;
- планируемая прибыль в 2016 году 107603 тыс. руб.

Для достижения указанных целей необходимо решение следующих задач:

- разработка Положения о школьной бизнес-компании;
- согласование Положения о школьной бизнес-компании с начальником районного (городского) отдела образования, спорта и туризма;
- привлечение в ШБК учащихся в возрасте от 14 лет и старше;
- закрепление за ШБК соответствующих помещений, оборудования, а также - иного имущества и назначение лиц, несущих материальную и правовую ответственность за их сохранность и эксплуатацию.

Глава 2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

В школе планируется осуществлять ремесленную деятельность по изготовлению товаров:

- изделия ручного ткачества, а также изделия, выполненные в лоскутной технике;
- изделия ручной вышивки;
- изделия ручной работы (игрушки, декоративные панно, шкатулки, детали и предметы украшения мебели, брелоки, ключницы, рукавицы, ремни, бижутерия, украшения для волос, декоративные дополнения к одежде, сувениры, елочные украшения) из ткани, кожи, лент, нитей;
- детали одежды с использованием элементов традиционного кроя и декора (пояса, фартуки и другие детали одежды);
- макраме, гобелены, флористика;
- сувениры в технике бисероплетения;
- пошив рабочей одежды, штор и др. изделий;
- изготовление поделок из дерева (кухонные принадлежности, панно и др.).

Сувенирные изделия собственного изготовления в авторском варианте этностиля, выполненные детьми, будут реализовываться для удовлетворения бытовых и эстетических потребностей всех слоёв населения Республики Беларусь, зарубежных гостей и туристов.

Использование качественных материалов и оборудования позволяет сделать задуманную вещь аккуратной и красивой. Контроль качества осуществляется учителем и непосредственно покупателем при реализации изделий «из рук в руки» или юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями при заключении гражданско-правовых договоров закупки товара.

Использование авторской техники и создание единичных изделий позволяет ремесленнику создавать мастерские произведения и реализовывать свои изделия на ярмарках и выставках-продажах.

Предполагаемые проблемы в изготовлении качественных изделий связаны с правильным подбором материалов, оборудования, а также с качеством изготовления продукции и устойчивыми продажами продукции ШБК. Указанные проблемы будут решаться путем: приобретения недорогих и востребованных материально-технических ресурсов, хорошей подготовкой учащихся и разработкой эффективных методов продвижения продукции ШБК

Глава 3. АНАЛИЗ РЫНКОВ СБЫТА

В последние 3-5 лет особенно возрос интерес к изделиям с использованием традиционных белорусских орнаментов в технике вышивки и ткачества, где изображаются местные узоры или их стилизация в других техниках. Например, техника лоскутного шитья позволяет по-новому отразить традиционные мотивы народных бытовых изделий и одновременно сохранить дух старины. Популярность рукотворных вещей имеет положительную тенденцию к дальнейшему развитию в связи с обладанием способностью к противостоянию агрессивной техногенности и всеобщей глобализации. Особым спросом пользуются вещи, изготовленные детьми, которые несут положительную энергетику. За рубежом детские картины продаются дорого.

На потребительский рынок бытовых товаров постоянно воздействует мода, появление новых материалов, оборудования и технологий. Ремесленные текстильные техники и приёмы способны мобильно реагировать на все изменения и использовать все новации для создания конкурентоспособных товаров.

Владение педагогами школы технологиями изготовления сувениров на высоком уровне, знание местных традиций позволит учащимся школьной бизнес-компании спрогнозировать и учесть все требования потребителей разных возрастов, социальных слоёв, вкусов и др. для разработки и выполнения в материале востребованных на рынке изделий.

Несмотря на отмеченную популярность перечисленных видов текстильных изделий у населения, белорусский рынок перенасыщен дешевым товаром китайского ширпотреба низкого качества – вещи однообразные и чаще всего недолговечные, «одноразовые». Предприятия народных художественных промыслов занимают свою нишу, производя качественные товары небольшими тиражами, в том числе и в народных ремесленных традициях. У каждого, занимающегося ремесленной деятельностью и реализацией изделий собственного производства есть свой круг покупателей по запросам и своя ниша заказов на единичные бытовые вещи.

На рынке текстильной и сувенирной продукции на данный момент существует ряд конкурентов различных форм собственности. Приведенная ниже таблица дает сравнительный анализ некоторых конкурентов по заданным факторам. Для оценки конкурентных преимуществ ШБК по сравнению с основными конкурентами использован экспертный метод. В качестве экспертов выступили учителя школы и предприниматели г. Витебска. Разработана анкета (приложение 1).

Каждый фактор оценивался по пятибалльной шкале:

- 1 балл – очень плохо;
- 2 балла – плохо;
- 3 балла – удовлетворительно;
- 4 балла – хорошо;
- 5 баллов – очень хорошо.

Результаты оценки представлены в таблице 1.

Таблица 1. Оценка конкурентоспособности бизнеса ШБК и основных конкурентов (в баллах)

Факторы конкурентоспособности	ШБК СШ № 31	Ремеслен- ники г. Витебск	Салон-магазин народных промыслов и ремёсел «Фэст», г. Витебск	Продукция, предприятий, представленная в магазинах г. Витебска
Широта ассортимента	2	4	4	5
Качество изготовления	3	4	4	5
Объемы продаж	3	4	5	5
Имидж	2	3	5	4
Уровень цен	5	4	3	4
Итого:	15	19	21	23

Для оценки конкурентоспособности ШБК и основных конкурентов используем математическое действие – сложение баллов по факторам конкурентоспособности. Общая оценка конкурентоспособности ШБК составила 15 баллов. Проблемными факторами (слабыми сторонами) выступили такие факторы как имидж, широта ассортимента, качество изготовления.

Для преодоления слабых сторон ШБК разработаны следующие мероприятия (таблица 2).

Таблица 2. Меры повышения конкурентоспособности ШБК

Слабые стороны	Пути их преодоления
Невысокое качество изготовления	Повышение мастерства учащихся за счет увеличения количества занятий и отбора наиболее способных учеников
Низкие объемы продаж	Рост производительности по мере обучения и приобретения навыков
Невысокий имидж	Проведение активной рекламной кампании

Таким образом, по мере преодоления слабых сторон, конкурентоспособность ШБК повысится.

Анализ показал, что внешняя среда благоприятна для развития ШБК.

Глава 4. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

Для продвижения продукции ШБК необходимо разработать стратегию маркетинга. Целью маркетинга является обеспечение узнаваемости продукции ШБК и повышение ее имиджа, рост объемов производства, рост известности ШБК и привлечение новых покупателей, повышение лояльности клиентов, повышение качества изготовления текстильной продукции и сувениров, повышение качества обслуживания.

Основными задачами маркетинговой стратегии ШБК является:

- удовлетворение запросов потребителя;
- достижение намеченного объема реализации продукции с максимальной прибылью;
- исследование и анализ рынка;
- исследование потребительских свойств продукции и разработка мероприятий по их улучшению.

Для достижения этих целей и задач планируется провести рекламную кампанию. Основную рекламу планируется размещать на Интернет-сайте, досках бесплатных объявлений, а также путём расклеивания листовок на подъездах жилых домов, раздачей флайеров. Расходы на рекламу представлены в Таблице 3.

Таблица 3. План-график рекламной кампании ШБК

Виды рекламы	2016 1 кв	2016 2 кв	2016 3 кв	2016 4 кв	Итого за год затра- ты в тыс.руб.
1. Интернет-сайт	+	+	+	+	-
2. Интернет-ресурсы (социальные сети)	+	+	+	+	-
3. Газета «Витьбичи»	+		+		
4. Радио «Витебск»		+	+		
5. Этикетки	+	+			250
6. Листовки		+	+		250
7. Флайеры			+	+	250
Итого:					750

На 2016 год бюджет рекламы составил 750 000 рублей. Большая часть рекламных мероприятий будет осуществляться без затрат. В частности, сайт ШБК и его администрирование, размещение рекламы в социальных сетях будет выполняться в рамках факультатива по информатике под руководством учителя. Планируется создание интернет-витрины на сайте СШ №31, размещение фотографий работ школьников на всевозможных форумах (городских и ремесленных).

Рекламные объявления в газете «Витьбичи», на радио «Витебск» будут размещены бесплатно на условиях партнерства. Этикетки, листовки и флайеры будут изготавливаться в типографии по ее расценкам. Таким образом, на основе математического действия – сложения получен годовой бюджет рекламы – 750000 рублей.

Ценовая политика

Цена будет устанавливаться на основе метода ценообразования – «издержки плюс». По этому методу цена получается путем сложения себестоимости, прибыли и налогов.

Цена будет регулироваться с учётом рыночных факторов, а именно:

- цен конкурентов;
- действующего законодательства;
- курса валют;
- таможенных пошлин и т. д.

Для ценовых сегментов «Пенсионеры», «Ветераны» будут установлены следующие скидки:

- для ветеранов, участников ВОВ – скидки до 10 %;
- для пенсионеров – скидки до 5%;
- для «повторных» клиентов – будет предоставлена система скидок.

Сбытовая политика

Для продажи продукции ШБК планируется использовать следующие каналы сбыта (таблица 4).

Таблица 4. Планируемые каналы сбыта продукции ШБК

№ п/п	Наименование мероприятия	2016 1 кв	2016 2 кв	2016 3 кв	2017 4 кв
1	Фестиваль «Мелодии осени»	октябрь			
2	Масленица в "Задвинье"	16-22.02			
3	"Славянский базар"			июль	
	Выставка "Млын"				18-20.12

Таким образом, разработанная маркетинговая стратегия позволит эффективно продвигать на рынке г. Витебска продукцию школьной бизнес-компании.

Глава 5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

5.1 Планирование численности занятых в ШБК школьников

Для определения численности занятых в ШБК школьников использовали метод анкетирования. Была разработана анкета (приложение 1). Количество опрошенных детей для проведения анкетирования фактически составило 166 человек. Это были школьники в возрасте от 13 до 18 лет. Данного количества опрошенных детей достаточно для оценки количества занятых в школьной бизнес-компании детей. Анкета раздавалась в классах СШ № 31, а также в социальной сети «ВКонтакте».

Для определения половозрастной структуры респондентов используем математические расчеты. Для анализа ответов будем определять структуру выборки. Структура – это процентное соотношение групп в общей численности опрашиваемых, принятых за 100%. Для определения структуры респондентов используем формулу расчета процентов.

Проценты – удобная относительная мера, позволяющая оперировать с числами в привычном для человека формате независимо от размера самих чисел. Это своего рода масштаб, к которому можно привести любое число. Один процент — это одна сотая доля. Само слово процент происходит от латинского «pro centum», что означает «сотая доля» [19].

Проценты незаменимы в страховании, финансовой сфере, в экономических расчетах. В процентах выражаются ставки налогов, доходность капиталовложений, плата за заемные денежные средства (например, кредиты банка), темпы роста экономики и многое другое.

Формула расчета доли в процентном отношении. Пусть задано два числа: A1 и A2. Надо определить, какую долю в процентном отношении составляет число A1 от A2.

$$P = A1 / A2 \times 100\% \quad (3)$$

Для наглядного представления структуры используем программу Excel.

Для проведения социологического исследования согласия детей работать в ШБК была разработана анкета, включающая 6 вопросов, представленная в приложении.

Анкетирование проводилось методом случайной выборки в школе №31, класс 9 «А», 9 «Б», 9 «В», 9 «Г», 10 «А», 10 «Б», 11 «А», 11 «Б». Для анкетирования использовались методы: непосредственный опрос и рассылка в социальной сети «ВКонтакте». Всего роздано и разослано 166 анкет, получено с ответами 166 анкет.

Для характеристики выборочной совокупности в анкете были заданы вопросы о поле и возрасте респондента. Полученные ответы характеризуют выборку. Исходные данные для анализа выборочной совокупности представим в таблице 7.

Таблица 5. Анализируемая выборочная совокупность

Респонденты	Возраст	Количество
Девочки	14-15	54
	16-18	25
Мальчики	14-15	61
	16-18	26
ИТОГО		166

Структура выборки и строилась с применением программы Excel.

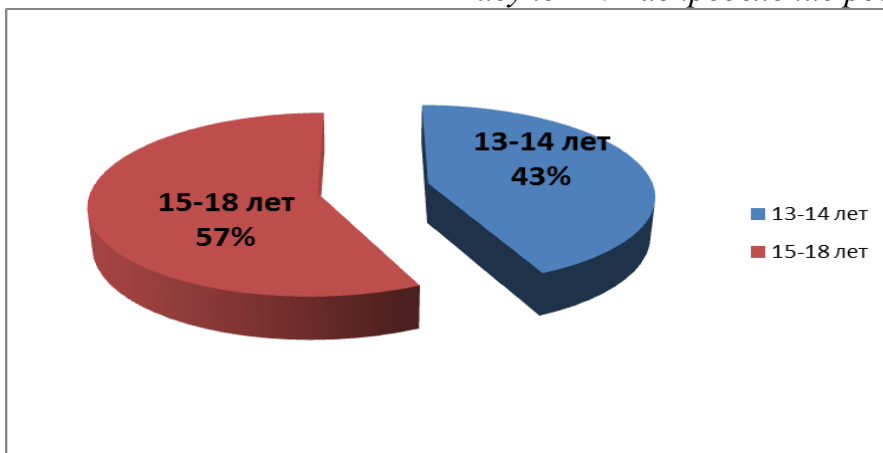
Структура выборки по полу представлена на рисунке 1, структура выборки по возрасту – на рисунке 1.

Рисунок 1. Распределение респондентов по полу



Как видно из рисунка, большинство опрошенных составляют мальчики. Распределение школьников по возрасту представлено на рисунке 2.

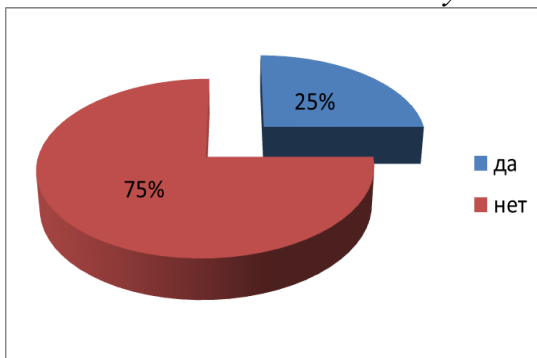
Рисунок 2. Распределение респондентов по возрасту



Большинство опрошенных составляют дети в возрасте 15-18 лет.

При проведении анкетирования детям было рассказано о Школьной бизнес-компании. После чего был задан вопрос: ”Ты хотел бы заниматься в кружке, если бы тебе за продажу твоих работ платили?” Ответ указан на рисунке 3.

Рисунок 3. Структура потенциальных работников ШБК



Из этого рисунка следует, что 25% школьников готовы работать в Школьной бизнес-компании. Рассчитаем численность школьников, которые будут (по результатам опроса) работать в ШБК, с помощью формулы:

$$Ч = В \times d : 100 \quad (4)$$

где Ч – численность школьников, которые будут работать в ШБК, чел.;

В – выборка, чел.;

d – доля школьников, согласных работать в ШБК.

Подставляем значения в формулу

$$Ч = 166 \times 25 : 100 = 41 \text{ (чел.)}$$

Таким образом, в ШБК будет работать 41 человек. Рассчитаем сколько девочек и мальчиков будут работать в ШБК. Для этого воспользуемся полученной структурой (рисунок 1). Применим математическое действие – нахождение процента от числа.

$$Ч_{\text{дев}} = Ч \times d_{\text{дев}} : 100 \quad (5)$$

$$Ч_{\text{дев}} = 41 \times 69 : 100 = 28 \text{ (чел.)}$$

Тогда численность мальчиков определяется по формуле:

$$Ч_{\text{мал}} = 41 - 28 = 13 \text{ (чел.)}$$

Таким образом, в ШБК будут работать 28 девочек и 13 мальчиков.

5.2 Планирование объёмов производства продукции

Планирование объёмов производства продукции ШБК осуществляем на основе определенной ранее численности занятых школьников, режима работы кружков, а также производительность их труда. Возможный объем производства продукции ШБК представлен в таблице 6.

Таблица 6. Программа изготовления и реализации продукции ШБК

Виды продукции	Единицы измерения	Количество продукции		Средняя стоимость единицы продукции, тыс. рублей	Стоимость произведенной продукции, тыс. рублей	
		за месяц, единиц	за год, единиц		за месяц	за год
1	2	3	4	5	6	7
					гр. 3×гр. 5	гр. 4×гр. 5
Лоскутное одеяло	Шт.	4	30	450	1800	13500
Вышивка, макраме	Шт.	15	120	280	4200	33600
Вязанные изде-	шт.	8	60	320	2560	19200

лия						
гобелен	шт.	4	30	600	2400	18000
Картины (акварель)	шт.	20	100	150	3000	15000
Картины (флористика)	шт.	16	120	150	2400	18000
Сувениры из бисера	Шт.	12	96	260	3120	24960
Мелкие предметы для украшения интерьера, кухонный текстиль, сувенирные изделия	шт.	16	128	180	2880	23040
Шторы, скатерти, салфетки	шт.	8	100	300	2400	30000
Рабочая одежда	Шт.	2	16	480	960	7680
Разделочные доски, панно	шт.	16	128	150	2400	19200
ИТОГО	-				25000	222 180

Стоимость продукции в рублях определяем путем умножения количества продукции на стоимость единицы продукции. Количество произведенной продукции за год в натуральном выражении (штуки) и в стоимостном выражении (в рублях) определяем путем суммирования по видам продукции.

Вывод: на основе математических методов сложения и умножения получили объемом произведенной продукции за год в стоимостном выражении, который составил 222 180 тысяч рублей.

Глава 6. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШБК

Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности ШБК включает планирование затрат на производство продукции, согласно производственной программы (таблицы 7, 8), а также планирование финансовых результатов – прибыли от реализации произведенной продукции.

Для планирования текущих затрат необходимо определить расходы на 3 основных элемента производства: средства труда (оборудование, инвентарь), предметы труда (сырье и материалы), живой труд (заработная плата) и прочие расходы. Планирование расходов на материалы представлено в таблице 7.

Таблица 7. Расходы на материалы

Наименование материала	Ед.изм	Количество		Средняя цена, тыс.руб	Материальные затраты, тыс.руб	
		за месяц	за год		за месяц	за год
1	2	3	4	5	6	7
					гр. 3×гр. 5	гр. 4×гр. 5
Ткань х/б	метр	20	180	40	800	7200
Ткань клеевая	метр	0,5	4	20	10	80
Холст	метр	0,3	2	30	9	60

Тесьма	метр	10	80	25	250	2000
Нитки швейные	шт.	4	36	20	80	720
Нитки «мулине»	шт.	15	180	40	600	7200
Пряжа (моток)	шт.	25	360	80	2000	28800
Бисер (пакет 100 шт.)	шт.	5	30	20	100	600
Леска (кагушка)	шт.	1	20	18	18	360
Иглы, крючки	шт.	2	20	20	40	400
Деревянный брус, до-ка	м ³	0,001	0,01	1000	1	10
Лак (бутылка 200 мл)	шт.	0,5	100	60	30	6000
Паяльная паста (ко-робка, тубик)	шт.	0,2	2	40	8	80
Припой (коробка)	шт.	0,1	1	20	2	20
ИТОГО		-	-		3948	53530

Стоимость материалов в рублях определяем путем умножения количества матери-алов на стоимость единицы по каждому виду материалов. Стоимость материалов за год в стоимостном выражении (в рублях) определяем путем суммирования по видам матери-алов.

Вывод: на основе математических методов сложения и умножения получили сто-имость материалов за год, которая составила 53 530 тысяч рублей.

Для организации ШБК необходимы оборудование и инвентарь, которые подстав-лены в таблице 8.

Таблица 8. Оборудование и инвентарь для производства (тыс. руб.)

Наименование	Источник		Всего
	Имеется в наличии	Надо приобрести (средства управле-ния образования, спонсорские по-жертвования)	
Оборудование:			
Утюг	200	-	200
Гладильная доска	470	-	470
Швейная машина: 1022 кл – 4 ед. 51 кл. – 1 ед.	2500		2500
Швейные машины 22 кл ПМЗ – 7 ед.	3500		3500
Рабочий стол	200	-	200
Стул - 6 ед.	600	-	600
Стол для раскроя	250	-	250
Станок для обработки древесины СТД – 120 – 3 ед.	4.500	-	4500
Станок 2М-122 – 2 ед.	2200	-	2200
Стамески	160		160
Резцы	180		180
Рубанок	-	300	300
Выжигатель	200		200

Компьютер	-	5000	5000
Всего	20260		
Инвентарь (инструменты): ножницы, иголки, булавки и т.д.	350	-	350
Всего: оборудование и инвентарь	15310	5300	20610

Расчет заработной платы

Зарплата складывается из зарплаты учителей и школьников.

Планируется определить зарплату школьникам из расчета 100 000 руб. в месяц. В течение года школьники будут работать 8 месяцев, с учетом каникул. Рассчитаем заработную плату по формуле:

$$ЗП = 41 \times 100\,000 \times 8 = 32800000 \text{ руб.}$$

Планируется привлечь 3 учителя, которые в настоящее время ведут кружки: «Художественная обработка древесины», «Кружевное очарование», «Кружевница». Средняя зар.плата 1 учителя за кружок в месяц – 500 000 руб.

$$ЗП = 3 \times 500\,000 \times 8 = 12000000 \text{ руб.}$$

$$ЗП_{\text{общ}} = 32800000 + 12000000 = 44800000 \text{ руб.}$$

Наниматель обязан платить с начисленной заработной платы отчисления на социальное страхование по ставке 34,1%. С помощью математических действий нахождения процента от числа определим отчисления на социальное страхование работников в стоимостном выражении.

$$ЗП_{\text{с отчисл}} = ЗП + (ЗП \times 34,1 : 100) \quad (6)$$

$$ЗП_{\text{с отчисл}} = 44800000 + (44800000 \times 34,1 : 100) = 60077000 \text{ руб.}$$

Общие текущие затраты на производство и реализацию продукции сводятся в таблицу 9.

Таблица 9. Затраты на производство и сбыт продукции в 2016 году (тыс. руб.)

Наименование	Расход на год
1. Материалы	53530
2. Заработная плата учителей и школьников с отчислениями на соц. Страхование (34,1%)	60077
3. Прочие затраты, в т.ч.:	220
3.1. Оплата сбора и транспорта за участие в ярмарках	
3.2. Расходы на рекламу: этикетки, листовки, флайеры	750
Итого затрат (себестоимость):	114 577

Рассчитаем прибыль ШБК от реализации продукции по формуле 7.

$$П_{\text{реал}} = В_{\text{реал}} - З_{\text{тек}} \quad (5)$$

где $В_{\text{реал}}$ – выручка от реализации продукции, тыс. руб.;

$З_{\text{тек}}$ – текущие затраты, тыс. руб.

Предполагаем, что вся произведенная продукция будет реализована, т.е. выручка равна стоимости произведенной продукции (таблица 8). Расчет прибыли представлен в таблице 10.

Таблица 10. Расчет прибыли ШБК от реализации продукции

Наименование статей	За месяц, тыс.руб.	За год, тыс. руб.
Выручка от реализации продукции	25000	222 180
Текущие затраты	11579	114 577
Прибыль от реализации	13421	107603

Вывод:

Таким образом, показатель прибыли в размере 107603 тыс. руб. в год свидетельствует об эффективности ШБК.

Глава 7. ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ

В настоящее время невозможно заниматься планированием без учета такого фактора, как риск. Поэтому в своём бизнес-плане рассматриваю всевозможные риски, которые могут возникнуть при осуществлении запланированной деятельности. Виды возможных рисков и пути их снижения представлены в следующей таблице 11.

Таблица 11. Возможные риски и меры их снижения

Виды рисков	Меры по их снижению или страхованию
<p>Производственные</p> <p>1. Поломка оборудования</p> <p>2. Отсутствие материалов</p>	<p>Предупредительный ремонт и своевременное обслуживание оборудования</p> <p>Наличие производственного запаса</p>
<p>Коммерческие</p> <p>1. Недостижение запланированных объёмов сбыта изделий</p>	<p>Проведение маркетинговых исследований рынка, проведение мероприятий по повышению конкурентоспособности для привлечения новых клиентов</p>
<p>2. Снижение цен конкурентами</p>	<p>Разработка мер по снижению себестоимости и цены: снижение накладных затрат и др.</p>

Таким образом, запланированные меры по снижению или страхованию рисков помогут предупредить их возникновение.

Глава 8. ЮРИДИЧЕСКИЙ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

8.1 Планирование юридических аспектов деятельности ШБК

В своей деятельности ШБК руководствуется законодательством Республики Беларусь (Гражданский кодекс Республики Беларусь (статья 1 «Отношения, регулируемые гражданским законодательством», статья 25 «Дееспособность несовершеннолетних в возрасте от четырнадцати до восемнадцати лет», Кодекс Республики Беларусь об образовании (статья 13 «Дополнительное образование», статья 23 «Структура учреждения образования»), нормативными документами Министерства образования Республики Беларусь и Министерств экономики и финансов Республики Беларусь, управления образования Витебского облисполкома, управления экономики Витебского облисполкома, районных (городских) отделов образования, спорта и туризма, экономики,

ШБК не является юридическим лицом.

ШБК создается по решению Совета учреждения образования и действует в соответствии с Уставом государственного учреждения образования и Положением о школьной бизнес-компания, разработанным на основе данного Положения, утвержденного ди-

ректором учреждения образования и согласованного с начальником районного (городского) отдела образования, спорта и туризма.

ШБК открывается на основании приказа начальника районного (городского) отдела образования, спорта и туризма на базе учреждения образования.

Создание на базе учреждения образования ШБК не приводит к изменению его организационно-правовой формы, типа и вида, в его Уставе не фиксируется.

Учреждение образования для осуществления им функций ШБК самостоятельно разрабатывает и принимает необходимые локальные правовые акты, не противоречащие действующему законодательству, Уставу учреждения образования и Положению о ШБК.

В работе ШБК могут принимать участие учащиеся в возрасте от 14 лет.

Учащиеся участвуют в деятельности ШБК только в период обучения в учреждении образования.

Директор учреждения образования, на базе которого создана ШБК, в целях обеспечения выполнения необходимых функций закрепляет за ШБК соответствующие помещения, оборудование, а также – иное имущество и назначает лиц, несущих материальную и правовую ответственность за их сохранность и эксплуатацию.

Состав ШБК утверждается приказом директора учреждения образования.

Учащийся может войти и выйти из состава ШБК на основании заявления одного из его законных представителей. Директор школы издает приказ о включении и об исключении учащегося в (из) состава ШБК.

Директор учреждения образования совместно с Советом школы создает благоприятный режим для деятельности ШБК, организует взаимодействие с районным (городским) отделом образования, координацию образовательного и производственного процессов в рамках ШБК и учреждения образования в целом.

Члены ШБК участвуют в выборе идеи, написании бизнес-плана, организации производства, разработке и реализации маркетинговой стратегии, реализуют продукцию (товары, услуги), готовят отчетные и финансовые документы, участвуют в ярмарках, слетах, форумах и др.

Бизнес-план деятельности Школьной бизнес-компании разрабатывается (при необходимости с ежегодным внесением изменений) совместно с ОДО «Витебский бизнес-центр» и утверждается директором учреждения образования, согласуется с начальником районного (городского) отдела образования, спорта и туризма, другими органами государственного управления в случае необходимости.

Школьная бизнес-компания реализует свою продукцию и услуги за наличный и безналичный расчеты в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь.

Финансирование деятельности ШБК производится за счёт внебюджетных средств, заработанных учреждением образования, спонсорских пожертвований от физических и юридических лиц, а также – из иных источников, не запрещённых законодательством Республики Беларусь.

8.2 Планирование организационных аспектов деятельности ШБК

Для начала деятельности ШБК необходимо:

1. Предоставить технико-экономическое обоснование (бизнес-план) в районный (городской) отдел образования, спорта и туризма.
2. Получить средств на первоначальные затраты в ШБК.
3. Приобрести необходимое оборудование, инструменты и инвентарь.
4. Провести рекламную кампанию и начать осуществление выбранной деятельности.
5. Провести организационное собрание для школьников.
6. Разработать режим работы ШБК.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Актуальность исследования связана с низким уровнем развития предпринимательства в Беларуси по сравнению с зарубежными странами. Проблема заключается в низкой предприимчивости и деловой инициативы школьников в Республике Беларусь, отсутствии возможностей развития предприимчивости без практических навыков бизнеса. Решить вышеуказанную проблему поможет организация школьной бизнес-компании в ГУО «Средняя школа № 31 г. Витебска» по производству текстильных изделий и сувениров. Исходя из производственных возможностей школ, в школьной бизнес-компании (ШБК) планируется осуществлять следующие виды деятельности:

- изготовление изделий ручной вышивки (пояса, фартуки, картины, рубашки и др.);
- изготовление изделий ручной работы (игрушек, декоративных панно, шкатулок, деталей и предметов украшения мебели, брелоков, ключниц, рукавиц, ремней, бижутерии, украшений для волос, декоративных дополнений к одежде, сувениров, елочных украшений) из ткани, кожи, лент, нитей;
- изготовление изделий ручного ткачества, а также изделий, выполненных в лоскутной технике;
- изготовление макраме, гобеленов, флористики;
- изготовление сувениров в технике бисероплетения;
- пошив штор, рабочей одежды;
- изготовление поделок из дерева (кухонные принадлежности, панно и др.).

Цель научно-исследовательской работы состояла в демонстрации возможностей применения математики в экономическом обосновании эффективности создания школьной бизнес-компании по производству текстильных изделий и сувениров.

В соответствии с задачами научной работы был проведен анализ конкурентов и дана оценка конкурентоспособности ШБК и основных конкурентов. С применением математического действия – сложение баллов по факторам конкурентоспособности определен уровень конкурентоспособности ШБК, который составил 15 баллов. В работе были запланированы мероприятия по усилению конкурентных позиций ШБК, а также разработана маркетинговая стратегия, включающая рекламную, ценовую и сбытовую стратегию. С применением метода сложения определен общий бюджет рекламы на 2016 год, который составил 750 000 рублей.

Для определения численности занятых школьников в ШБК использовалось социологическое исследование. Была разработана анкета, включающая 6 вопросов. Благодаря математическим действиям, а именно, умножению, делению, нахождению процента от числа, возведению в степень, мы определили необходимую выборку для определения готовности детей работать в ШБК.

Структура выборки определялась по формуле процентов и строилась с применением программы Excel.

При проведении анкетирования детям было рассказано о школьной бизнес-компании. После чего был задан вопрос: ”Ты хотел бы заниматься в кружке, если бы тебе за продажу твоих работ платили?” Расчет показал, что 25% школьников готовы работать в школьной бизнес-компании. С применением математического действия – нахождения процента от числа было рассчитано, сколько девочек и мальчиков будут работать в ШБК. В ШБК будут работать 28 девочек и 13 мальчиков. Планирование объемов производства продукции ШБК осуществляли на основе определенной численности занятых школьников, режима работы кружков, а также производительности их труда.

Возможный объем производства продукции ШБК в месяц и за год в стоимостном выражении определялся путем умножения количества произведенной продукции на цену соответствующего вида продукции. Количество произведенной продукции за год в

стоимостном выражении (в рублях) определялось путем суммирования по видам продукции. На основе математических методов сложения и умножения получили объем произведенной продукции за год в стоимостном выражении, который составил 222 180 тысяч рублей.

В соответствии с задачами исследования, на следующем этапе выполнялось планирование расходов на материалы. Стоимость материалов в рублях определялась путем умножения количества материалов на стоимость единицы по каждому виду материалов. Стоимость материалов за год в стоимостном выражении (в рублях) определяем путем суммирования по видам материалов. На основе математических методов сложения и умножения получили стоимость материалов за год, которая составила 53 530 тысяч рублей.

Далее рассчитывалась заработная плата, которая складывается из зарплаты учителей и школьников. Планируется определить зарплату школьникам из расчета 100 000 руб. в месяц. В течение года школьники будут работать 8 месяцев, с учетом каникул. Зарботная плата годовая определялась путем умножения зарплаты за 1 месяц на количество занятых школьников и на 8 месяцев. По законодательству Республики Беларусь наниматель должен отчислять в Фонд социальной защиты населения 34,1% от зарплаты. С помощью математических действий нахождения процента от числа определили отчисления на социальное страхование работников в стоимостном выражении и общий фонд заработной платы с отчислениями, который составил 60077 тыс. руб.

Затем с помощью математического действия сложения определялись общие текущие затраты на производство и реализацию продукции, которые составили 114 577 тыс. руб. Основная цель любого бизнеса – это получение прибыли, поэтому в конце экономического обоснования мы рассчитали прибыль, как разницу между выручкой от реализации продукции ШБК и текущими затратами. В итоге показатель прибыли в размере 107603 тыс. руб. в год свидетельствует об эффективности ШБК.

Для успешной реализации этого бизнес-проекта мы спрогнозировали возможные риски и определили методы страхования от негативных последствий. Затем были запланированы юридические и организационные аспекты деятельности ШБК.

Таким образом, благодаря математике, в частности, математическим формулам нахождения процента и определения величины выборки, сложения, умножения была доказана эффективность создания при ГУО «Средняя школа № 31 г. Витебска» школьной бизнес-компании.

Список использованных источников

1. Генеральная совокупность и выборка из нее. [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://www.std72.ru/dir/statistika/obshhaja_teorija_statistiki/generalnaja_sovokupnost_i_vyborochnyj_metod/34-1-0-426.
2. Генденштейн, Л.Э. Наглядный справочник по математике с примерами. Для абитуриентов школьников, учителей / Л.Э.Генденштейн, А.П.Ершова, А.С.Ершова. М.: Илекса, 2013. – 192 с.
3. Дурович, А.П. Маркетинговые исследования: учебное пособие./ А.П. Дурович. - Москва: Издательство ТетраСистемс, 2009.
4. Закон Республики Беларусь от 07 декабря 2009 г. № 65-3 «Об основах государственной молодежной политики» // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2011. – № 8. – 2/1794 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=H10900065&p2={NRPA}>. – Дата доступа – 28.07.2013.
5. Как разработать бизнес-план (TASIC) [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://www.tacisinfo.ru/brochpdf/busiplan.pdf> - Дата доступа: 02.12.2014.
 6. Как создать свой бизнес: справочное руководство начинающему предпринимателю / под ред. Невиак Свен-Олаф. - Минск: BelarusConsultWirtschaftsberatungfürBelarus, Потсдам, 2009. – 150 с.
 7. Кодекс Республики Беларусь об образовании // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2011 – № 13, 2/1795 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravo.by/world_of_law/text.asp?RN=Hk1100243. – Дата доступа: 27.06.2013.
 8. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер, Г. Амстронг, Дж. Сондерс, В.Вонг: пер. с англ. – 2-е европ. изд.– Москва : Издат. Дом «Вильямс», 2007. – 944 с.
 9. Математика. Алгебра. Учебное пособие для 9 класса учреждений общего среднего образования. Под ред. профессора Л.Б. Шнепермана. Минск: «Народная асвета», 2014. – 287с.
 10. Малый бизнес: аналитические материалы . [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: https://yandex.by/images/search?img_url=http%3A%2F%2Futmagazine.ru=simage.э
 11. Малый и средний бизнес в экономике. [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://900igr.net/zip/ekonomika/Malyj-i-srednij-biznes-Rossii.html>
 12. Методические рекомендации по профессиональной ориентации школьников и учащейся молодежи // Сборник нормативных документов Министерства образования Республики Беларусь. – 2008. – №23. Приказ Министра образования Республики Беларусь от 17.12.2012 № 913 «О развитии общественно значимых молодежных инициатив и результатах организации временной трудовой занятости молодежи в составе студенческих и волонтерских отрядов» // Сборник нормативных документов Министерства образования Республики Беларусь. – 2013. – №1.
 13. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь: Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», НЦПИ Респ. Беларусь. — Минск, 2013.
 14. Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов: постановление Министерства экономики Республики Беларусь № 158 от 31 августа 2005 г. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3961&p0=W20513184>. – Дата доступа: 23. 12.2014.
 15. Общая численность населения. Витебская область [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.evitebsk.com/wiki>
 16. Пивоваров, К.В. Бизнес-планирование / К.В.Пивоваров - 8-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 164 с.
 17. Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник / В.М.Попов, С.И.Ляпунов. – Москва: Финансы и статистика, 2001. – 215 с. Черняк, В.З. Бизнес-планирование. Учебно-практическое пособие / В.З.Черняк, А.В.Черняк, И.В.Довдиенко. – Москва: Издательство РДЛ, 2003. – 272 с.
 18. Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 27.12.2012 № 206 «Об утверждении Санитарных норм и правил «Требования для учреждений общего среднего образования» и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства здравоохранения Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.pravo.by/main.aspx/www.belta.by/main.aspx?guid=3871&p0=W21326846p&p1=1>
– Дата доступа: 28.06.2013.

19. Сайт Википедия. [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>.

20. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>.

Приложение 1

Анкета оценки готовности детей работать в ШБК

Дорогой друг! Просим тебя заполнить предложенную анкету. Это поможет нам определить возможность организации в школе бизнес-компании.

1. Знаешь ли ты, что такое бизнес-компания?

- Да
 Нет

2. Ты хочешь иметь свои «карманные» деньги, которые ты сам заработал?

- Да
 Нет

3. Ты раньше занимался в кружках (факультативе) или работал в трудовом лагере (отметь):

- Кружевница
 Вязание
 Лоскутная мозаика
 Кружевное очарование
 Художественная обработка древесины
 Трудовой лагерь
 другое (укажи) _____

4. Ты хотел бы заниматься в кружке, если бы тебе за продажу твоих работ платили?

- Да
 Нет

5. Укажи свой пол

- Мужской
 Женский

6. Возраст _____

Благодарим за участие в анкетировании

Материалы для консультации «Общие подходы к составлению бизнес-плана школьной бизнес-компании»

В современной быстро меняющейся экономической ситуации практически невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий на рынке услуг. В этой ситуации бизнес-план позволяет решить ряд задач: определить конкретные направления предпринимательской деятельности; оценить конкурентоспособность предлагаемых товаров и услуг; оценить соответствие работников (команды) поставленным целям, обосновать методы материального и социального стимулирования их труда; определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка услуг, их рекламе, ценообразованию, каналам реализации; предусмотреть возможные риски (проблемы); найти возможности сотрудничества, кооперации с другими образовательными и иными учреждениями.

Бизнес-план включает разработку цели и задач, которые ставятся перед бизнес-компанией на ближайшую и дальнюю перспективу, оценку текущего состояния оказываемых услуг, анализ рынка и информацию о потенциальных потребителях. В нём даётся оценка финансовых ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции аналогичных услуг.

Какие функции выполняет бизнес-план?

Во-первых, он может быть использован для разработки концепции предоставления услуг (то есть рассмотрения «производства» продукции и услуг с разных сторон: маркетинга, финансов, конкуренции).

Во-вторых, с его помощью можно оценить фактические результаты деятельности за определённый период.

В-третьих, степень инновационности, качества, привлекательности предлагаемых товаров, показанных в плане – это практически единственное обоснование для привлечения как потребителей, так и потенциальных спонсоров.

Рассмотрим возможную структуру бизнес-плана школьной бизнес-компании.

Вариант 1

I. Титульный лист

1. Название и адрес компании.
2. Суть предлагаемого проекта: его цели и потенциальная эффективность.

II. Услуги

1. Описание предлагаемых товаров и их предназначение.
2. Потенциальные потребители товаров
3. Основные конкуренты.
4. Выгоды, получаемые потребителями товаров.
5. Реалистическая оценка преимуществ товаров на рынке.
6. Оценка спроса на услуги.
7. Возможная цена предлагаемых товаров.

III. План маркетинга

1. Предлагаемая система реализации товаров.
2. Определение "рыночной ниши", реклама.
3. Структура цены.
4. Возможные дополнительные льготы потребителям товаров.

IV. Производственная программа

1. Место производства.
2. Оценка месторасположения учреждения образования: близость к потребителям услуг, транспортная (пешеходная) доступность и т.д.
3. Анализ целесообразности кооперации с другими компаниями.
4. Методы и стандарты контроля качества товаров.
5. Возможности использования инновационных технологий и их описание.
6. Предполагаемые издержки при производстве продукции, услуг и их возможная динамика.

V. Организационный план

1. Организационная схема управления.
2. Перечень имеющихся специалистов (их квалификация, функциональные обязанности, права и полномочия, достоинства и недостатки).
3. Форма привлечения сотрудников к участию в производстве.
4. Предполагаемый уровень и формы оплаты труда.
5. Кадровая политика.

VI. Оценка риска

1. Перечень возможных рисков:
 - а) отношение администрации и местных властей;
 - б) наличие альтернативных услуг у конкурентов;
 - в) неустойчивость спроса на услуги;
 - г) платёжеспособность потребителей и др.

VII. Финансовый план

1. Объём первоначальных затрат, необходимых для организации услуг.
2. Источники финансирования.
3. Условия привлечения финансовых средств.
4. Налоги.

Вариант 2

1. Резюме.
2. Характеристика бизнес-компании и стратегия ее развития.
 - 2.1. характеристика бизнес-компании;
 - 2.2. стратегия развития бизнес-компании;
3. Описание продукции.
4. Маркетинг
 - 4.1. анализ рынков сбыта;
 - 4.2. стратегия маркетинга.
5. Производственный план.
6. Организационный план.
7. Инвестиционный план.
8. Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности.
9. Показатели эффективности проекта.
10. Сведения о разработчике бизнес-плана

Приложения:

1. Инвестиционное предложение.

Таблица 1. Программа производства и реализации продукции.

Таблица 2. Расчет затрат на производство и реализацию продукции.

Таблица 3. Расчет потребности в чистом оборотном капитале.

Таблица 4. Общие инвестиционные затраты и источники финансирования по проекту.

Таблица 5. Расчет прибыли от реализации.

Таблица 6. Расчет потока денежных средств по предприятию.

Таблица 7. Проектно-балансовая ведомость по предприятию.

Таблица 8. Расчет чистого потока наличности и показателей эффективности проекта.

На первом этапе необходимо провести маркетинговое исследование. Оно включает анализ потребностей учащихся, их родителей, населения микрорайона, а также предложения аналогичных услуг со стороны других производителей. Интересы и предпочтения учащихся и их родителей можно узнать на родительских собраниях в классах, общешкольных собраниях, беседах с членами родительских комитетов, попечительских советов и другими методами, которые доступны администрации. Пакет предложений может поступить также от педагогов. На этом же этапе из собранных заявок отбираются наиболее интересные и выполнимые, исходя из возможностей компании.

В разделе «Описание продукции» необходимо дать описание предлагаемых товаров и, прежде всего, ответить на вопросы:

Почему потребители предпочтут данные товары?

Что составляет основное преимущество предлагаемых товаров в глазах потребителей?

В чём заключаются их недостатки?

Для систематизации ответов на сформулированные вопросы целесообразно составить таблицу, в которой в качестве примера приведены некоторые показатели для последующего анализа и разработки мер по преодолению выявленных недостатков.

Преимущества по сравнению с аналогичными услугами конкурентов	Недостатки	Меры по преодолению недостатков
Инновационность	Высокая цена	Увеличение спроса
Качество	Неудобное время	Изменение расписания

подавляющее большинство компаний выпускают товары, которые уже производятся другими. При этом практически каждый исходит из того, что именно его услуги имеют наилучшие характеристики. Потребители могут иметь иное мнение, которое не изменит никакая реклама. Лучше всего найти «свою нишу» на рынке. Этот процесс известен как сегментация рынка – поиск группы потребителей с аналогичными характеристиками, вкусами (например, ориентированные на информационные технологии обучения) или чертами (например, следующие принципу: доступность важнее цены). После определения такой группы необходимо адаптировать свою услугу к её потребностям. Если у вас не принципиально новый товар, то следует найти его дополнительные преимущества, необходимые рынку.

Один из важнейших элементов раздела «План маркетинга» – ценообразование. Определяя цену товара, следует ответить на вопрос: какая цель должна быть достигнута данной политикой ценообразования? Цели эти таковы:

- расширение рынка (демпинговые цены);
- максимизация дохода (высокие цены);
- сохранение конкурентоспособности.

Итак, выработывая стратегию ценообразования, целесообразно исходить из следующих положений:

- 1) себестоимость услуг;

- 2) цены конкурентов на аналогичный товар;
- 3) уникальность товара;
- 4) спрос на данный товар.

Раздел «Финансовый план» помогает провести анализ экономического состояния компании, обосновать реальность достижения ее целей в будущем, а также может быть использован как эффективный инструмент контроля, в основу которого положена бухгалтерская система отчетности.

Финансовый план включает несколько основных документов, из которых выделим следующие:

1. План доходов и расходов (для анализа самоокупаемости осуществляемых услуг). Если спрос на данный товар меньше, чем её объём, обеспечивающий безубыточность, то «производство» таких товаров, определённых бизнес-планом, не будет самоокупаемым.

2. План движения денежных средств – это документ, позволяющий оценить, сколько средств нужно вложить в организацию бизнеса в разбивке по времени (так как в этой сфере экономической деятельности компании может быть «мёртвый сезон» – лето, каникулы). Главная задача анализа денежных потоков – проверить синхронность поступления и расходования денежных средств.

Таким образом, предложенная схема разработки бизнес-плана необходима для анализа эффективности экономической деятельности школьной бизнес-компании.

Список используемой литературы

1. Головань, С.И. Бизнес-планирование: учебное пособие / С.И. Головань. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002.
2. Головачев, А. С. Экономическая теория. Общие основы: курс лекций / А.С. Головачев, И.В. Головачева, Э.А. Лутохина. – Минск: Академия управления при Президенте РБ, 2005. – 240 с.

Приложение 14

Интернет-ресурсы

1. Режим доступа: <http://www.pravo.by>
2. Режим доступа: <http://www.unstats.un.org/unsd/default.htm>
3. Режим доступа: <http://www.ilo.org/stat/lang--en/index.htm>
4. Режим доступа: <http://www.data.worldbank.org>
5. Режим доступа: <http://www.research.rbc.ru/news/listarc.shtml>
6. Режим доступа: <http://www.allbest.ru/biss1.html>
7. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>
8. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/marketing/index.shtml>
9. Режим доступа: <http://www.sovetnik.ru>
10. Режим доступа: <http://www.mmr.ru/>
11. Режим доступа: http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
12. Режим доступа: <http://www.grebennikov.ru/brand-management.phtml>
13. Режим доступа: <http://www.marketolog.ru>
14. Режим доступа: <http://www.bci-marketing.aha.ru/pm.htm>
15. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/shop/businessplan/index.php>

Содержание

Введение	3
<i>Приложение 1.</i> Положение об организации и функционировании школьной бизнес-компании (примерное)	6
<i>Приложение 2.</i> Программа дополнительного образования детей и молодежи "Юный предприниматель"	9
<i>Приложение 3.</i> Основы предпринимательства. Учебная программа факультативных занятий для X-XI классов учреждений общего среднего образования	15
<i>Приложение 4.</i> Предпринимательская деятельность и ее виды	26
<i>Приложение 5.</i> Что такое предпринимательство	28
<i>Приложение 6.</i> Поиск идей для школьной бизнес-компании методом мозгового штурма, используя «Mindmap»	31
<i>Приложение 7.</i> Деловая игра «Кадровый вопрос»	36
<i>Приложение 8.</i> Рынок и рыночные отношения	38
<i>Приложение 9.</i> Банковский процент	42
<i>Приложение 10.</i> Практикум (с элементами ток-шоу) «Что такое предпринимательство»	50
<i>Приложение 11.</i> Практическое занятие: «Как стать успешным предпринимателем»	53
<i>Приложение 12.</i> Исследовательская работа «Экономико-математическое обоснование эффективности создания школьной бизнес-компании по производству текстильных изделий и сувениров»	56
<i>Приложение 13.</i> Материалы для консультации «Общие подходы к составлению бизнес-плана школьной бизнес-компании»	74
<i>Приложение 14.</i> Интернет-ресурсы	77

Практические материалы

Школьные бизнес-компании – потенциал бизнес-образования школьников

Составитель
Т.Г.Сороко

Корректурa
Ю.А.Щуко

Подписано в печать 05.07.2016 Формат 60 x 84
Усл. печ. л. 4,4 Заказ 120 Тираж 40

Государственное учреждение дополнительного образования взрослых
«Витебский областной институт развития образования»
210602, г.Витебск, пр-кт Фрунзе, 21

Растиражировано на ксероксе ГУДОВ «ВО ИРО»

