

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования

«Кубанский государственный технологический университет»

УТВЕРЖДЕНА
на заседании
Регионального учебно-
методического
объединения в системе
общего образования
Краснодарского края
протокол № 3
от «10» июня 2026 г.

УТВЕРЖДЕНА
Проректор ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный технологический
университет»
Приказ № 00
от «00» июня 2026 г.

УТВЕРЖДЕНА
Директор ОО
Приказ № 00
от «00» августа 2026 г.

м.п. Фамилия И.О.

м.п. Фамилия И.О.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«Предпринимательское мышление»

Класс: 10/11

Уровень образования: среднее общее образование

Срок реализации программы: 68 часов (1 год/2 года)

Автор программы:

Кротова Марина Александровна,
и.о. декана факультета
экономики, управления и
бизнеса ФГБОУ ВО «КубГТУ»,
к.э.н., доцент

г. Краснодар, 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	3
Планируемые результаты освоения курса внеурочной деятельности.....	8
Личностные результаты.....	8
Метапредметные результаты.....	8
Предметные результаты.....	9
Содержание программы.....	11
Тематическое планирование.....	22
Формы контроля.....	49
Учебно-методическое обеспечение.....	50

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Общая характеристика курса внеурочной деятельности

Процесс формирования предпринимательской грамотности в современном мире происходит в условиях цифровой экономики и информационного общества. Новые технологические возможности и масштабы информационного воздействия на предпринимателя и его дело стали одним из вызовов и требуют укрепления предпринимательского суверенитета как «совокупности деловых и социально-культурных факторов, позволяющих бизнесу и предпринимательскому сообществу формировать свою ценностно-смысловую идентичность, избегать маркетинговой, управленческой и ценностной зависимости от внешнего влияния, быть защищенными от деструктивного информационного и конкурентного воздействия, сохранять деловую репутацию и историю, придерживаться традиционных российских духовно-нравственных ценностей в предпринимательстве (честность, ответственность, уважение к труду и взаимопомощь)».

Программа внеурочного курса «Предпринимательское мышление» для обучающихся в средней школе составлена на основе требований к результатам освоения основной образовательной программы, представленных в федеральном государственном образовательном стандарте среднего общего образования (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413) и федеральной образовательной программе среднего общего образования (утверждена приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 18 мая 2023 г. № 371).

При разработке программы внеурочного курса использовались следующие нормативные документы:

– Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

– Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года (распоряжение Правительства Российской Федерации от 24 октября 2023 г. № 2958-р).

– Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 20.02.2017 г. № 06-156 «О методических рекомендациях» (вместе с «Методическими рекомендациями по реализации федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования по 50 наиболее востребованным и перспективным профессиям и специальностям»).

– Актуальность и назначение программы

Социальная и педагогическая актуальность курса внеурочной деятельности «Предпринимательское мышление» обусловлена использованием активных методов обучения: деловые и ролевые игры, решение кейсов, мозговые штурмы, работа в малых группах, встречи с предпринимателями, публичные защиты. Это обеспечивает высокую мотивацию и практическую значимость.

В условиях стремительной трансформации экономики (цифровизация, развитие маркетплейсов, AI-аналитики) и ухода крупных иностранных игроков с российского рынка, открывается уникальное «окно возможностей» для молодых предпринимателей. Школьники сталкиваются с экономическими реалиями ежедневно (самозанятость, блоггинг, подработки), но не имеют системного понимания того, как устроен бизнес «от идеи до прибыли». Курс отвечает на запрос общества в подготовке инициативных, финансово грамотных молодых людей, способных создавать рабочие места и управлять проектами, а не просто быть наемными работниками.

Актуальность курса для обучающихся:

- **Практическая профориентация:** помогает осознанно выбрать предпринимательский трек или смежные специальности (маркетинг, менеджмент, PR).

- **Формирование гибких навыков (Soft Skills):** развивает критическое мышление (анализ ошибок), креативность (дизайн-мышление), коммуникацию (презентации, PR) и навыки командной работы.

- **Финансовая грамотность 2.0:** учит не просто экономить, а зарабатывать, рассчитывать риски, искать инвестиции (фандрайзинг) и анализировать юнит-экономику.

- **Адаптация к современным реалиям:** Изучение маркетплейсов, нейромаркетинга, AI-инструментов и личного бренда в соцсетях дает навыки, которые не преподаются в классических академических курсах.

Курс внеурочной деятельности «Предпринимательское мышление» для среднего общего образования направлен на целенаправленное педагогически организованное содействие становлению личности в подростковом и юношеском возрасте, развитию представлений обучающихся о положительных сторонах и рисках предпринимательской деятельности. Внеурочная деятельность обучающихся по программе «Предпринимательское мышление» имеет практико-ориентированный характер как с точки зрения деятельностного подхода при организации занятий, так и с позиции планируемых результатов, включая мировоззренческие аспекты и развитие предпринимательской грамотности подростков.

Цели и задачи изучения курса

Цель курса: сформировать у обучающихся целостную систему знаний и первичных практических навыков в области создания, продвижения и управления бизнес-проектами (от генерации идеи до публичной защиты бизнес-плана), а также предпринимательское мышление, основанное на анализе данных и управлении рисками.

Задачи курса:

Образовательные (предметные):

- познакомить с эволюцией предпринимательской среды в России и мире (от плановой экономики к цифре);
- обучить инструментам генерации идей (дизайн-мышление) и упаковки продукта.
- сформировать понимание структуры бизнес-плана (маркетинг, операции, финансы) и методов ценообразования;
- изучить современные каналы продвижения: цифровой маркетинг, PR, event-маркетинг, личный бренд;
- научить базовым принципам финансовой аналитики и антикризисного управления.

Развивающие (метапредметные):

- развить навыки проектной и командной работы (распределение ролей в стартапе);
- сформировать умение анализировать кейсы (успехи и ошибки) и извлекать уроки для собственных проектов;
- развить презентационные навыки и искусство убедительного контента;
- стимулировать критическое мышление через работу с цифрами (аналитика) и рисками.

Воспитательные (личностные):

- воспитать ответственное отношение к финансовым ресурсам и обязательствам;
- сформировать легальную предпринимательскую культуру (знание мер господдержки и регулирования);
- мотивировать на создание социально значимых проектов и здоровую конкуренцию.

Межпредметные связи:

- Обществознание (Экономика): углубляет темы «Спрос и предложение», «Фирма в экономике», «Налоги».
- Математика (Статистика): опирается на расчеты процентов, выручки, ROI (окупаемости).
- Информатика: используется для работы с аналитикой и программными средствами бизнес-планирования.
- Технология: развивает проектное мышление и алгоритмизацию процессов.

– Русский язык / Литература: необходимы для создания убедительного контента и PR-текстов.

Варианты реализации программы

Курс внеурочной деятельности «Предпринимательское мышление» предназначен для обучающихся 10-11 классов. Реализуется в рамках внеурочной деятельности и рассчитан на 68 часов (2 раза в неделю в течение одного года или 1 раз в неделю – в течение двух лет : 10 и 11 классы).

Реализация программы предполагает использование форм работы, которые предусматривают активность и самостоятельность обучающихся, сочетание индивидуальной и групповой работы, проектную деятельность, беседы, дискуссии, экскурсии на производство, встречи с успешными предпринимателями, коммуникативные и деловые игры и работу в рамках кейс-технологии.

Таким образом, вовлечённость обучающихся в данную внеурочную деятельность позволит обеспечить их самоопределение, расширить зоны поиска своих интересов в социально-экономической сфере, переосмыслить свои профориентационные смыслы.

Взаимосвязь с федеральной рабочей программой воспитания

Программа курса внеурочной деятельности разработана с учётом рекомендаций федеральной рабочей программы воспитания, учитывает психолого-педагогические особенности данных возрастных категорий.

Это позволяет на практике соединить обучающую и воспитательную деятельность педагога, ориентировать ее не только на интеллектуальное, но и на нравственное, социальное развитие обучающихся. Это проявляется в:

- воспитании осознанно правильной мотивации в поведении и деятельности через формирование системы убеждений, основанных на конкретных знаниях;
- становлении личности обучающегося как целостной, находящейся в гармонии с окружающим миром, способной к решению проблем в предпринимательской и иной экономической деятельности.

Особенности работы педагога по программе:

Задача педагога состоит в том, чтобы сопровождать процесс профессиональной ориентации обучающихся, раскрывая потенциал обучающихся через вовлечение в многообразную деятельность, организованную в разных формах.

При изучении обучающимися программы педагог основывается на следующих принципах обучения:

- принцип интегративного подхода к обучению;

- принцип наглядности;
- принцип доступности;
- принцип осознанности.

Примерная схема проведения занятия по программе может быть следующей:

1. Объяснение теоретического материала по теме.
2. Подготовка к практическому занятию, обсуждение объектов для практического занятия.
3. Проведение практического занятия (или его элементов).
4. Анализ результатов, рефлексия.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ МЫШЛЕНИЕ»

Освоение программы курса внеурочной деятельности вносит вклад в достижение планируемых образовательных результатов, представленных в федеральном государственном образовательном стандарте среднего общего образования как система личностных, метапредметных и предметных результатов.

ЛИЧНОСТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

- готовность и способность вести диалог с другими людьми, в том числе с использованием сетевых форм общения;
- готовность к разумному риску, ответственности за принятые решения;
- осознание ценности предпринимательской деятельности как формы самореализации и создания общественного блага;
- подготовка обучающихся к саморазвитию и личностному самоопределению, деятельности в информационном обществе;
- принятие и реализация ценности здорового и безопасного образа жизни;
- развитие этического отношения к бизнесу (честность, выполнение обязательств);
- умение работать в команде, договариваться, уважать мнение других;
- усвоение гуманистических, демократических и традиционных ценностей многонационального российского общества;
- усвоение правил индивидуального и коллективного безопасного поведения в информационной среде;
- формирование осознанного и ответственного отношения к собственным поступкам в предпринимательской среде, сфере сетевого общения;
- формирование целостного мировоззрения, включающего представления о ценностях российского общества в информационную эпоху.

МЕТАПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

Познавательные универсальные учебные действия

Базовые логические действия:

- определять цели деятельности в предпринимательской среде, задавать параметры и критерии их достижения.

Базовые исследовательские действия:

- интегрировать знания из разных предметных областей.

Работа с информацией:

- владеть навыками получения информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;
- осуществлять анализ учебной и внеучебной информации;
- оценивать достоверность, легитимность информации различных видов и форм представления (в том числе полученной из интернет-источников), её соответствие правовым и морально-этическим нормам (например, проверка информации о грантах, налоговых льготах, условиях работы на маркетплейсах);
- использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением правовых и этических норм, норм информационной безопасности;
- владеть навыками распознавания и защиты информации, информационной безопасности личности.

Коммуникативные универсальные учебные действия

Общение:

- осуществлять коммуникации во всех сферах жизни;
- владеть различными способами общения и взаимодействия.

Совместная деятельность:

- координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия.

Регулятивные универсальные учебные действия

Самоорганизация:

- самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях.

Самоконтроль:

- оценивать риски и своевременно принимать решения по их снижению.

ПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

- изложение собственных суждений и построение устных и письменных высказываний с использованием понятийного аппарата предпринимательства, в том числе понятий «информация», «информационная культура», «информационная безопасность» (применительно к работе с клиентскими базами, аналитикой маркетплейсов, публикацией контента);

– понятие о критической оценке источников и содержания социальной информации, в том числе поступающей по каналам сетевых коммуникаций, представление о достоверности, объективности и полноте информации, фактах и мнениях (анализ отзывов на маркетплейсах, проверка конкурентной разведки, распознавание накруток и фейков);

– развитие способности самостоятельно действовать в соответствии с заданными эталонами при поиске информации в различных источниках (использование чек-листов для сбора данных о целевой аудитории, проверка источников по критериям актуальности и авторитетности);

– овладение навыками поиска и отбора информации, необходимой для решения познавательных задач, включая работу с библиотечными ресурсами (экономическая литература), словарями (глоссарий предпринимателя), сетевыми ресурсами (Бизнес-навигатор МСП, Яндекс.Вордстат, Единый реестр МСП, аналитика маркетплейсов);

– осознание необходимости информационной безопасности и следование правилам безопасного поведения в информационной среде (защита персональных данных клиентов, безопасное использование облачных сервисов, избегание фишинговых сайтов при поиске грантов и инвесторов);

– готовность к использованию информационно-коммуникационных технологий в решении различных учебно-познавательных и практических задач (составление бизнес-плана в цифровом конструкторе, расчёт финансовых моделей в Excel/Google Sheets, настройка рекламной кампании в учебном кабинете, создание презентации в Canva/PowerPoint, работа с AI-сервисами для генерации текстов и изображений).

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Тема 1. Основы предпринимательской деятельности (2 часа)

Входная диагностика (базовые знания о предпринимательской деятельности)

Понятие предпринимательства как экономической и социальной деятельности, направленной на создание ценности и получение прибыли. Экономическая сущность бизнеса, его роль в рыночной системе. Цели предпринимательства: прибыль, рост, устойчивость, социальное влияние. Функции бизнеса: производственная, финансовая, инновационная, социальная.

Виды предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая, консультационная, цифровая. Организационно-правовые формы бизнеса (ИП, ООО, корпорации). Ключевые качества предпринимателя: инициативность, ответственность, риск-менеджмент, креативность, стратегическое мышление. Базовые принципы создания бизнеса и этапы его запуска.

Тема 2. От плановой экономики к рынку: как менялась предпринимательская среда (1 час)

Особенности плановой экономики: централизованное распределение ресурсов, отсутствие конкуренции, ограниченность частной инициативы. Причины перехода к рыночной системе и его последствия.

Формирование рыночной инфраструктуры: приватизация, развитие частной собственности, появление малого бизнеса. Институциональные реформы: банковская система, налоговая система, правовое регулирование. Формирование конкурентной среды и новых механизмов ценообразования. Роль государства в переходный период и влияние экономических реформ на предпринимательскую активность.

Тема 3. Истории успешных предпринимателей: российский и зарубежный опыт (4 часа)

Анализ ключевых предпринимательских жизненных ситуаций (кейсов) (локальных и глобальных). Сравнение моделей развития бизнеса в разных

экономических системах. Факторы успеха: инновации, адаптивность, масштабируемость бизнес-модели, лидерство.

Роль личности предпринимателя: мышление роста, стрессоустойчивость, способность к риску. Стратегии развития компаний: органический рост, франчайзинг, венчурное финансирование, цифровая экспансия. Уроки из неудач и трансформаций компаний. Сравнительный анализ подходов к предпринимательству в России и за рубежом.

Экскурсия на предприятие/встреча с успешными предпринимателями региона.

Тема 4. Развитие малого и среднего бизнеса (2 часа)

Экономическая роль МСП: занятость населения, инновационная активность, развитие регионов. Жизненный цикл малого бизнеса: идея - запуск - рост - масштабирование.

Основные проблемы: доступ к финансированию, административные барьеры, конкуренция с крупными компаниями, недостаток управленческих компетенций. Инструменты государственной и частной поддержки: субсидии, льготное кредитование, акселерационные программы, бизнес-инкубаторы.

Модели роста: *франчайзинг* (предоставление преимуществ), цифровизация бизнеса, выход на новые рынки. Стратегии устойчивого развития и повышение конкурентоспособности МСП.

Тема 5. Эволюция торговли: от рынков и киосков к виртуальным торговым площадкам (*маркетплейсам*) (1 час)

Исторические формы торговли: ярмарки, рынки, киоски, магазины шаговой доступности. Развитие розничной торговли и появление торговых сетей.

Переход к электронной коммерции: интернет-магазины, логистические платформы, омниканальные продажи. Маркетплейсы как новая бизнес-модель (агрегация продавцов, цифровая экосистема, автоматизация продаж). Изменение поведения потребителей и влияние технологий на структуру торговли.

Тема 6. Цифровая экономика и новые форматы предпринимательства (1 час)

Понятие цифровой экономики: данные как ключевой ресурс. Основные цифровые технологии: облачные сервисы, блокчейн, ИИ, интернет вещей.

Новые бизнес-модели: подписка, платформенные сервисы, экосистемы, digital-first компании (модель без посредников). Автоматизация бизнес-процессов и снижение транзакционных издержек. Роль Big Data в анализе рынка и персонализации услуг. Влияние ИИ на управление бизнесом, маркетинг и финансы.

Тема 7. Стартап-культура XXI века: как меняется предпринимательское мышление (2 часа)

Startup (молодая компания) как форма инновационного бизнеса с высоким уровнем неопределённости. Методологии «Бережливый стартап», «гибкий подход». Понятие MVP (минимально жизнеспособного продукта). Риск-ориентированное мышление и культура экспериментов. Роль венчурного капитала и акселераторов.

Тема 8. Государство и предпринимательство: поддержка, регулирование и развитие бизнеса (1 час)

Функции государства в экономике: регулирование, контроль, поддержка развития предпринимательства. Налоговая система и её влияние на бизнес-климат.

Формы государственной поддержки: гранты, субсидии, налоговые льготы, гарантийные фонды. Государственно-частное партнёрство как механизм реализации инфраструктурных и социальных проектов. Регуляторная среда и её влияние на инвестиционную привлекательность.

Тема 9. Эффективная командная работа в стартапе – распределение ролей и взаимодействие (2 часа)

Структура команды стартапа: основатели, технические специалисты, маркетинг, продажи, операционный блок. Модели распределения ролей (например, Т-образный профиль компетенций (Т-образные навыки)).

Лидерство в стартапе: принятие решений в условиях неопределённости. Коммуникационные процессы внутри команды. Управление конфликтами и стрессовыми ситуациями. Формирование командной культуры и ценностей.

Практическое занятие

Инструменты повышения эффективности взаимодействия (SCRUM, Kanban).

Тема 10. Продажа собственного продукта (2 часа)

Основы продаж: понимание потребностей клиента и формирование ценности продукта. Уникальное торговое предложение (УТП).

Воронка продаж: привлечение – интерес – решение – покупка – удержание.

Практическое занятие

Основные техники продаж: консультационные продажи, SPIN-продажи, сторителлинг.

Тема 11. Генерация творческих (креативных) идей и дизайн-мышление – от мысли к действию (3 часа)

Методы генерации идей: мозговой штурм, латеральное мышление, метод ассоциаций. Понятие насмотренности как базы творческого потенциала (*креативности*).

Этапы дизайн-мышления: эмпатия – определение проблемы – генерация идей – прототипирование – тестирование. Фокус на потребностях пользователя.

Практическое занятие

Создание прототипов и проверка гипотез. Роль итеративного подхода в разработке продуктов.

Тема 12. Ошибки предпринимателей и уроки из них – анализ реальных жизненных ситуаций (кейсов) (2 часа)

Типовые ошибки предпринимателей: неправильная оценка рынка, отсутствие MVP, слабое финансовое планирование, игнорирование клиентов.

Причины провалов стартапов: отсутствие спроса, ошибки в команде, проблемы масштабирования. Управление рисками в предпринимательстве. Формирование культуры обучения на ошибках.

Практическое занятие

Анализ реальных жизненных ситуаций(*кейсов*) успешных и неудачных проектов.

Тема 13. Изучение рынка (*маркетинг*) - начало. От Котлера до нейромаркетинга: от классики до AI - аналитики (2 часа)

Знакомство с эволюцией маркетинга: от теории «4Р» (товар, цена, место, продвижение) Филипа Котлера до современных инструментов цифровой эпохи. Обсуждение, как ИИ-аналитика и нейромаркетинг (изучение подсознательных реакций) помогают предсказывать выбор покупателя.

Тема 14. Искусство целевого изучения рынка (*маркетинга*), ищем своего клиента (1 час)

Как перестать продавать «всем и никому». Процесс разделения (*сегментация*) аудитории на группы, создание портрета покупателя (аватар клиента) и выбор целевого сегмента. Объяснение принципа разделения широкой аудитории на более узкие группы по общим признакам. Разбор ключевых критериев сегментации: демографические, географические, психографические, поведенческие. Потребности, боли целевых аудиторий. Методика построения детализированного образа идеального клиента. Признаки реального заказчика: конкретные вопросы о цене/сроках, запрос пробного периода/демоверсии, посещение страниц с ценами и условиями.

Практическое занятие

Разбор конкретной жизненной ситуации (кейса): как отличить реального заказчика (покупателя) от случайного посетителя (любопытствующего, собирающего информацию).

Тема 15. Создание бренда от идеи до признания (1 час)

Разграничение понятий «товар» и «бренд»: товар – это физический продукт с определёнными характеристиками, бренд – совокупность ассоциаций, эмоций и ценностей, которые возникают у потребителя. Объяснение, почему сильный бренд повышает лояльность, позволяет устанавливать премиальные цены и даёт конкурентное преимущество. Формулировка миссии как ответа на вопрос «Зачем существует бренд?» и ценностей как принципов, определяющих поведение компании. Критерии удачного нейминга: запоминаемость, лёгкость произношения, уникальность, соответствие ценностям, отсутствие негативных ассоциаций. Разбор

примеров удачных и неудачных названий. Краткий разбор юридических аспектов: проверка товарного знака, доменов.

Тема 16. Цифровой маркетинг. Превращаем одобрение контента в интернете (лайки) в деньги (2 часа)

Ключевые инструменты цифрового маркетинга и способы конвертации онлайн активности аудитории в реальные продажи. Знакомство с основными каналами онлайн-продаж: таргетированной и контекстной рекламой, SEO-оптимизацией и e-mail-рассылками, с разбором на примерах для разных типов бизнеса. Основы создания воронки продаж от первичного знакомства клиента с брендом до совершения покупки. Ключевые метрики эффективности маркетинговых кампаний: CPC (стоимость клика), CTR (кликабельность) и ROI (окупаемость инвестиций). Стратегии повышения конверсии: от A/B-тестирования и показа рекламы (*ретаргетинга*) до персонализации предложений и создания чувства срочности через ограниченные акции.

Практическое занятие

Как оптимизировать каждый этап воронки, чтобы превратить одобрение контента в интернете (*лайки*) и просмотры в реальные заказы и прибыль.

Тема 17. Техники убедительного контента (2 часа)

Правила создания текстов и видео, которые продают. Модели AIDA (внимание → интерес → желание → действие) и FAB (свойства → преимущества → выгоды).

Практическое занятие

Разбор приемов как оживить контент с помощью захватывающих историй, как зацепить внимание с первых секунд и как вместо скучных характеристик показать настоящую выгоду, которая откликнется в сердце зрителя или читателя.

Тема 18. Разработка личного бренда в социальных сетях (2 часа)

Понятие личного бренда, его задачи и функции в современном информационном пространстве. Разбор примеров успешных личностей: как они выделяются, что транслируют, почему их запоминают. Обсуждение, чем личный бренд отличается от обычного профиля в соцсетях. Упражнения на

самоанализ: какие у слушателя курса таланты, увлечения, знания, которые могут быть интересны другим? Как сформулировать позиционирование – коротко и чётко сказать, «кто я и зачем на меня подписываться». Практическая работа: каждый участник определяет свою нишу (например, «школьник-эколог», «юный IT-энтузиаст», «любитель истории в современном формате») и пишет короткое позиционирующее заявление. Выбор ниши, позиционирование, тон голоса (Tone of Voice), визуальная узнаваемость. Стратегия ведения соцсетей для личного бренда (на примере блогеров и предпринимателей).

Практическое занятие

Практикум по упаковке себя как бренда.

Тема 19. Упаковка продукта: создание продающего образа (2 часа)

Визуальные и тактильные элементы продукта: дизайн, этикетка, коробка, инструкция. Психология цвета и формы в упаковке. Какие ассоциации вызывают разные оттенки и геометрические решения, как они воздействуют на эмоции покупателя и могут менять решение о покупке, а также затрагиваются культурные различия в восприятии визуальных образов.

Практическое занятие

Практическая работа: процесс изменения существующего дизайна (*редизайн*) упаковки вымышленного или реального товара. Участники выберут реальный или вымышленный товар и попробуют улучшить его оформление: проанализируют текущую версию, определяют целевую аудиторию, подберут цветовую гамму и форму с учётом психологических аспектов, разработают эскиз и обоснуют, почему новый вариант будет лучше продавать продукт.

Тема 20. Event-маркетинг (2 часа)

Организация мероприятий для продвижения: запуск продукта, мастер-класс, открытие. Как событие привлекает клиентов и создаёт «эффект сарафанного радио». Этапы планирования публичного мероприятия по привлечению внимания к продукту (*ивента*) и расчёт бюджета. Ключевые этапы планирования мероприятия: от постановки цели и выбора формата до подбора площадки, составления программы и координации исполнителей.

Практическое занятие

Разработка концепции мини-ивента для гипотетического или реального бренда.

Тема 21. PR-мастер. Основы работы со СМИ и блогерами (2 часа)

Основные грамотного PR-взаимодействия со СМИ и блогерами для продвижения идей, проектов, личного бренда. Создание инфоповода, который заинтересует журналистов и аудиторию, правила написания *пресс-релизов* (официальных текстов для СМИ) от заголовка и лида до ключевых сообщений. Составление привлекательного коммерческого предложения для СМИ. Форматы взаимодействия с блогерами через интеграции, обзоры, статусы лиц, транслирующих ценности брендов (*амбассадоров*), подбор *инфлюенсеров* (лиц, известных в определённой аудитории) в соответствии с целями проекта. Создание мини-проекта: разработка инфоповода, написание краткого пресс-релиза, составление шаблона предложения для блогера и отработка ответов на гипотетические возражения или негативные комментарии с помощью преподавателя и одногруппников.

Практическое занятие

Создание мини-проекта.

Тема 22. Ценообразование молодой компании (*стартапа*) (1 час)

Основы ценообразования в стартапах. Переменные и постоянные затраты, оценка влияния конкуренции и спроса на ценовую политику. Стратегии проникновения на рынок. Восприятие цены потребителем, поиск баланса между доступностью и прибыльностью. Расчет цены для гипотетического стартапа: учет себестоимости, наценки, рыночных условий, прогнозирование объемов продаж.

Тема 23. Аналитика в маркетинге. Читаем цифры и усиливаем продажи (3 часа)

Работа с основными маркетинговыми данными и метриками: CTR, CR, SAC, LTV и ROI. Простые инструменты сбора данных – Яндекс.Метрика, статистики соцсетей в Live Dune, SimilarWeb. Построение наглядных отчетов.

Практическое занятие

Анализ реальной жизненной ситуации(*кейса*): применение машинных сервисов для аналитики рекламных каналов, поиск слабых мест привлечения трафика и способы их исправления.

Тема 24. Антикризисный маркетинг. Учимся на опыте лидеров (2 часа)

Понятие, цели и задачи антикризисного маркетинга. Изучение реальных жизненных ситуаций (*кейсов*) известных брендов, которые успешно пережили экономические спады, пандемию и резкое изменение спроса. Разбор основных маркетинговых шагов и стратегий коммуникации брендов. Ключевые принципы антикризисного маркетинга: гибкость, фокус на ценности для потребителя, оптимизацию затрат без потери качества.

Практическое занятие

Разработка мини-плана действий для условного или реального бизнеса в кризисной ситуации.

Тема 25. Бизнес-план: что это и зачем он нужен? (3 часа)

Основы бизнес-планирования. Почему бизнес-план является незаменимым инструментом для достижения бизнес-целей и как он помогает привлекать инвесторов. Роль бизнес-плана в процессе создания и развития своего дела: анализ жизнеспособности идеи, привлечение инвестиций, управление процессами и обеспечения четкого понимания направления развития бизнеса.

Практическое занятие

Разбор ключевых элементов бизнес-плана.

Тема 26. Как поймать бизнес-идею за хвост: актуальность, новизна и практическая значимость (2 часа)

Работа над генерацией и отбором бизнес-идей. Актуальность, новизна и практическая значимость идеи. Потребности рынка и целевой аудитории. Как разработать уникальное предложение, которое сможет выделиться среди конкурентов на рынке.

Практическое занятие

Бизнес-игра на генерацию идеи.

Тема 27. Структура бизнес-плана: описание продукта, маркетинг, операционный план, финансы. Работа в группах над созданием схемы (4 часа)

Структура бизнес-плана.

Практическое занятие

Работа в группах над созданием схемы, которая отобразит ключевые разделы: описание продукта, маркетинговая стратегия, операционный план и финансовые показатели.

Тема 28. Финансовые аспекты: где взять деньги и как правильно распределить ресурсы (2 часа)

Основные источники финансирования бизнеса: кредиты, инвестиции и собственные средства. Особенности и виды грантовой поддержки молодых предпринимателей.

Практическое занятие

Разбор стратегии распределения ресурсов: рациональное планирование, минимизация затрат и обеспечение устойчивого роста.

Тема 29. Процесс привлечения денег для реализации проекта (1 час)

Процесс привлечения денег для реализации проекта (*фандрайзинг*), используя различные каналы. Краудфандинг как одна из форм фандрайзинга, позволяющая множеству людей финансировать проекты через онлайн-платформы. Привлечение стартапами стартового капитала и создание дополнительной базы клиентов через современные платформы.

Тема 30. Производственный план: планируем доходы и расходы (3 часа)

Разбор производственного плана: оценка необходимых ресурсов, процесс разработки продукта и расчет ожидаемых доходов и расходов. Анализ эффективности бизнеса через прогноз прибыли, оценку рентабельности при планировании развития.

Практическое занятие

Практическое задание: разработка производственного плана с учетом различных факторов, влияющие на финансовые результаты.

Тема 31. Риски и страхи: идентификация и противодействие (1 час)

Разбор рисков в бизнесе: как их идентифицировать и минимизировать. Анализ предпринимательских страхов. Разработка стратегий минимизации рисков: страхование, диверсификация и планирование сценариев. Уверенное управление проектом.

Тема 32. Современные программные средства для разработки бизнес-плана (3 часа)

Актуальные программные инструменты, которые помогут эффективно разрабатывать и оформлять бизнес-планы: Project Expert, LivePlan, E-Planificator, Notion, Visme и др. Функции и возможности различных платформ, которые облегчают процесс создания и анализа документов.

Практическое занятие

Разбор актуальных программных инструментов.

Тема 33. Оценка ожидаемых результатов: планы и реальность (2 часа)

Показатели KPI: как планировать, чтобы результаты соответствовали ожиданиям. Финансовые и операционные метрики (KPI), определяющие эффективность, прибыльность и жизнеспособность бизнеса. Как регулярная оценка позволяет вносить коррективы, адаптироваться к изменениям на рынке и повышать вероятность достижения поставленных целей.

Тема 34. Искусство презентации: эффективные инструменты и нюансы выступления (3 часа)

Как подать свой бизнес-план, чтобы заинтересовать инвесторов и партнёров. Разбор эффективных инструментов и нюансов визуализации информации, а также элементы уверенного выступления на публике. Практическая отработка: презентация идей, *питч-сессия* (мероприятие, на котором кратко представляют свою идею).

Итоговая презентация проектной работы (индивидуальная или групповая)

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

№ п/п	Тема			Виды деятельности обучающихся
		Всего Практика	Основное содержание	
	Входная диагностика	1	базовые знания о предпринимательс кой деятельности	Тестирование
1.	Основы предпринимательс кой деятельности	1	Понятие предпринимательс тва как экономической и социальной деятельности, направленной на создание ценности и получение прибыли. Экономическая сущность бизнеса, его роль в рыночной системе. Цели предпринимательс тва: прибыль, рост, устойчивость, социальное влияние. Функции бизнеса: производственная, финансовая, инновационная, социальная. Виды предпринимательс кой деятельности: производственная,	Раскрывать содержание терминов и понятий: экономика, экономическа я деятельность, предпринимат ельство и его цели, бизнес, рыночная система. Базовые принципы бизнеса. Организацион но-правовые формы предпринимат ельства.

			коммерческая, финансовая, консультационная, цифровая. Организационно-правовые формы бизнеса (ИП, ООО, корпорации). Ключевые качества предпринимателя: инициативность, ответственность, риск-менеджмент, креативность, стратегическое мышление. Базовые принципы создания бизнеса и этапы его запуска.	
2.	От плановой экономики к рынку: как менялась предпринимательская среда	1	Особенности плановой экономики: централизованное распределение ресурсов, отсутствие конкуренции, ограниченность частной инициативы. Причины перехода к рыночной системе и его последствия. Формирование рыночной	Уметь различать плановую и рыночную экономические системы. Причины перехода от плановой экономики к рыночной. Определять роль государства в экономике в переходный

			инфраструктуры: приватизация, развитие частной собственности, появление малого бизнеса. Институциональные реформы: банковская система, налоговая система, правовое регулирование. Формирование конкурентной среды и новых механизмов ценообразования. Роль государства в переходный период и влияние экономических реформ на предпринимательскую активность.	период.
3.	Истории успешных предпринимателей: российский и зарубежный опыт	4	Анализ ключевых предпринимательских кейсов (локальных и глобальных). Сравнение моделей развития бизнеса в разных экономических системах. Факторы успеха: инновации, адаптивность, масштабируемость бизнес-модели,	<i>Экскурсия на предприятие/встреча с успешными предпринимателями региона.</i>

			лидерство. Роль личности предпринимателя: мышление роста, стрессоустойчивость, способность к риску. Стратегии развития компаний: органический рост, франчайзинг, венчурное финансирование, цифровая экспансия. Уроки из неудач и трансформаций компаний. Сравнительный анализ подходов к предпринимательству в России и за рубежом.	
4.	Развитие малого и среднего бизнеса	2	Экономическая роль МСП: занятость населения, инновационная активность, развитие регионов. Жизненный цикл малого бизнеса: идея - запуск - рост - масштабирования. Основные проблемы: доступ к	Определять экономическую роль МСП. Понимать и анализировать основные проблемы малого бизнеса. Выявлять и оценивать государственной и частной поддержки.

			финансированию, административные барьеры, конкуренция с крупными компаниями, недостаток управленческих компетенций. Инструменты государственной и частной поддержки: субсидии, льготное кредитование, акселерационные программы, бизнес-инкубаторы. Модели роста: франчайзинг, цифровизация бизнеса, выход на новые рынки. Стратегии устойчивого развития и повышение конкурентоспособности МСП.	Различать модели роста. Стратегии развития МСП.
5.	Эволюция торговли: от рынков и киосков к виртуальным торговым площадкам (<i>маркетплейсам</i>)	1	Исторические формы торговли: ярмарки, рынки, киоски, магазины шаговой доступности. Развитие розничной	Демонстрировать знания об исторических формах торговли. Анализировать изменение

			торговли и появления торговых сетей. Переход к электронной коммерции: интернет-магазины, логистические платформы, омниканальные продажи. Маркетплейсы как новая бизнес-модель (агрегация продавцов, цифровая экосистема, автоматизация продаж). Изменение поведения потребителей и влияние технологий на структуру торговли.	поведения потребителей в современных условиях
6.	Цифровая экономика и новые форматы предпринимательства	1	Понятие цифровой экономики: данные как ключевой ресурс. Основные цифровые технологии: облачные сервисы, <i>блокчейн</i>(децентрализованный цифровой реестр), ИИ, интернет	Владеть понятиями цифровой экономики, различать основные цифровые технологии. Анализировать влияние ИИ

			вещей. Новые бизнес-модели: подписка, платформенные сервисы, экосистемы, digital-first компании (модель без посредников). Автоматизация бизнес-процессов и снижение транзакционных издержек. Роль Big Data в анализе рынка и персонализации услуг. Влияние ИИ на управление бизнесом, маркетинг и финансы.	на экономические процессы.
7.	Стартап-культура XXI века: как меняется предпринимательское мышление	2	Стартап как форма инновационного бизнеса с высоким уровнем неопределённости. Методологии «Бережливый стартап», «гибкий подход». Понятие MVP (минимально жизнеспособного продукта). Риск-ориентированное мышление и культура экспериментов.	Владеть знаниями о стартапах, как формах инновационного бизнеса, основами методологии данного направления.

			Роль венчурного капитала и акселераторов.	
8.	Государство и предпринимательство: поддержка, регулирование и развитие бизнеса	1	Функции государства в экономике: регулирование, контроль, поддержка развития предпринимательства. Налоговая система и её влияние на бизнес-климат. Формы государственной поддержки: гранты, субсидии, налоговые льготы, гарантийные фонды. Государственно-частное партнёрство как механизм реализации инфраструктурных и социальных проектов. Регуляторная среда и её влияние на инвестиционную привлекательность	Знать содержание функций государства в экономике. Разбираться в особенностях налоговой системы. Владеть информацией о формах государственной поддержки и государственно-частном партнёрстве. Понимать, что такое регуляторная среда.
9.	Эффективная командная работа в молодой компании (<i>стартапе</i>) –	2	Структура команды стартапа: основатели,	Практикум: разбор инструментов

	распределение ролей и взаимодействие		технические специалисты, маркетинг, продажи, операционный блок. Модели распределения ролей (например, Т-образный профиль компетенций (Т-образные навыки)). Лидерство в стартапе: принятие решений в условиях неопределённости. Коммуникационные процессы внутри команды. Управление конфликтами и стрессовыми ситуациями. Формирование командной культуры и ценностей. Инструменты повышения эффективности взаимодействия (SCRUM, Kanban).	повышения эффективности взаимодействия (SCRUM, Kanban).
10.	Продажа собственного продукта	2	Основы продаж: понимание потребностей клиента и формирование	Уметь определять основные техники продаж:

			ценности продукта. Уникальное торговое предложение (УТП). Воронка продаж: привлечение – интерес – решение – покупка – удержание. Основные техники продаж: консультационные продажи, SPIN-продажи, сторителлинг.	консультационные продажи, SPIN-продажи, сторителлинг.
11.	Генерация творческих (<i>креативных</i>) идей и дизайн-мышление – от мысли к действию.	3	Методы генерации идей: мозговой штурм, SCAMPER, латеральное мышление, метод ассоциаций. Понятие насмотренности как базы креативности. Этапы дизайн-мышления: эмпатия – определение проблемы – генерация идей – прототипирование – тестирование. Фокус на потребностях	Создание прототипов и проверка гипотез. Роль итеративного подхода в разработке продуктов.

			пользователя. Создание прототипов и проверка гипотез. Роль итеративного подхода в разработке продуктов.	
12.	Ошибки предпринимателей и уроки из них – анализ реальных жизненных ситуаций (кейсов)	2	Типовые ошибки предпринимателей: неправильная оценка рынка, отсутствие MVP, слабое финансовое планирование, игнорирование клиентов. Анализ реальных жизненных ситуаций (кейсов) успешных и неудачных проектов. Причины провалов стартапов: отсутствие спроса, ошибки в команде, проблемы масштабирования. Управление рисками в предпринимательстве. Формирование культуры обучения на ошибках.	Проводить анализ реальных жизненных ситуаций(кейсов) успешных и неудачных проектов.
13.	Изучение рынка (маркетинг) - начало. От Котлера	2	Знакомство с эволюцией	Различать этапы

	до нейромаркетинга: от классики до AI - аналитики		маркетинга: от теории «4Р» (товар, цена, место, продвижение) Филипа Котлера до современных инструментов цифровой эпохи. Обсуждение, как ИИ-аналитика и нейромаркетинг (изучение подсознательных реакций) помогают предсказывать выбор покупателя.	эволюции изучения рынка, выделять их особенности. Высказывать свою точку зрения аргументиров анно
14.	Искусство целевого изучения рынка (маркетинга), ищем своего клиента	1	Как перестать продавать «всем и никому». Процесс разделения (сегментация) аудитории на группы, создание портрета покупателя (аватар клиента) и выбор целевого сегмента. Объяснение принципа разделения широкой аудитории на более узкие группы по общим признакам. Разбор ключевых критериев	Разбор жизненной ситуации: как отличить реального заказчика (покупателя) от случайного посетителя (любопытству ющего, собирающего информацию).

			сегментации: демографические, географические, психографические, поведенческие. Потребности, боли целевых аудиторий. Методика построения детализированного образа идеального клиента. Признаки реального заказчика: конкретные вопросы о цене/сроках, запрос пробного периода/демоверси и, посещение страниц с ценами и условиями.	
15.	Создание бренда от идеи до признания	1	Разграничение понятий «товар» и «бренд»: товар – это физический продукт с определёнными характеристиками, бренд – совокупность ассоциаций, эмоций и ценностей, которые возникают у потребителя. Объяснение,	Разбор примеров удачных и неудачных названий. Краткий разбор юридических аспектов: проверка товарного знака, доменов.

			почему сильный бренд повышает лояльность, позволяет устанавливать премиальные цены и даёт конкурентное преимущество. Формулировка миссии как ответа на вопрос «Зачем существует бренд?» и ценностей как принципов, определяющих поведение компании. Критерии удачного нейминга: запоминаемость, лёгкость произношения, уникальность, соответствие ценностям, отсутствие негативных ассоциаций.	
16.	Цифровой маркетинг. Превращаем одобрение контента в интернете (лайки) в деньги	2	Ключевые инструменты цифрового маркетинга и способы конвертации онлайн активности аудитории в	Практикум: Как оптимизировать каждый этап воронки, чтобы превратить одобрение

			реальные продажи. Знакомство с основными каналами онлайн-продаж: таргетированной и контекстной рекламой, SEO-оптимизацией и e-mail-рассылками, с разбором на примерах для разных типов бизнеса. Основы создания воронки продаж от первичного знакомства клиента с брендом до совершения покупки. Ключевые метрики эффективности маркетинговых кампаний: CPC (стоимость клика), CTR (кликабельность) и ROI (окупаемость инвестиций). Стратегии повышения конверсии: от A/B-тестирования и ретаргетинга до персонализации предложений и создания чувства	контента в интернете (лайки) и просмотры в реальные заказы и прибыль.
--	--	--	---	--

			срочности через ограниченные акции.	
17.	Техники убедительного контента	2	Правила создания текстов и видео, которые продают. Модели AIDA (внимание → интерес → желание → действие) и FAB (свойства → преимущества → выгоды).	Разбор приемов как оживить контент с помощью захватывающих их историй, как зацепить внимание с первых секунд и как вместо скучных характеристик показать настоящую выгоду, которая откликнется в сердце зрителя или читателя.
18.	Разработка личного бренда в социальных сетях	2	Понятие личного бренда, его задачи и функции в современном информационном пространстве. Разбор примеров успешных личностей: как они выделяются, что транслируют, почему их запоминают. Обсуждение, чем	Практикум по упаковке себя как бренда.

			личный бренд отличается от обычного профиля в соцсетях. Упражнения на самоанализ: какие у слушателя курса таланты, увлечения, знания, которые могут быть интересны другим? Как сформулировать позиционирование – кратко и четко сказать, «кто я и зачем на меня подписываться». Практическая работа: каждый участник определяет свою нишу (например, «школьник-эколог», «юный IT-энтузиаст», «любитель истории в современном формате») и пишет короткое позиционирующее заявление. Выбор ниши, позиционирование, тон голоса (Tone of Voice), визуальная узнаваемость.	
--	--	--	---	--

			Стратегия ведения соцсетей для личного бренда (на примере блогеров и предпринимателей).	
19.	Упаковка продукта: создание продающего образа	2	Визуальные и тактильные элементы продукта: дизайн, этикетка, коробка, инструкция. Психология цвета и формы в упаковке. Какие ассоциации вызывают разные оттенки и геометрические решения, как они воздействуют на эмоции покупателя и могут менять решение о покупке, а также затрагиваются культурные различия в восприятии визуальных образов.	Практическая работа: процесс изменения существующего дизайна (<i>редизайн</i>) упаковки вымышленного или реального товара.
20.	Event-маркетинг	2	Организация мероприятий для продвижения: запуск продукта, мастер-класс, открытие. Как	Практикум: Разработка концепции мини-ивента для гипотетическо

			событие привлекает клиентов и создаёт «эффект сарафанного радио». Этапы планирования ивента и расчёт бюджета. Ключевые этапы планирования мероприятия: от постановки цели и выбора формата до подбора площадки, составления программы и координации исполнителей.	го или реального бренда.
21.	PR-мастер. Основы работы со СМИ и блогерами	2	Основные грамотного PR-взаимодействия со СМИ и блогерами для продвижения идей, проектов, личного бренда. Создание инфоповода, который заинтересует журналистов и аудиторию, правила написания <i>пресс-релизов</i> (официальных текстов для СМИ) от заголовка и лида до ключевых	Практикум: Создание мини-проекта.

			сообщений. Составление привлекательного коммерческого предложения для СМИ. Форматы взаимодействия с блогерами через интеграции, обзоры, статусы лиц, транслирующих ценности брендов (<i>амбассадоров</i>), подбор <i>инфлюенсеров</i>(лиц, известных в определённой аудитории) в соответствии с целями проекта. Создание мини-проекта: разработка инфоповода, написание краткого пресс-релиза, составление шаблона предложения для блогера и отработка ответов на гипотетические возражения или негативные комментарии с помощью	
--	--	--	--	--

			преподавателя и одногогруппников.	
22.	Ценообразование молодой компаний(стартапа)	1	Основы ценообразования в стартапах. Переменные и постоянные затраты, оценка влияния конкуренции и спроса на ценовую политику. Стратегии проникновения на рынок. Восприятие цены потребителем, поиск баланса между доступностью и прибыльностью. Расчет цены для гипотетического стартапа: учет себестоимости, наценки, рыночных условий, прогнозирование объемов продаж.	
23.	Аналитика в маркетинге. Читаем цифры и усиливаем продажи	3	Работа с основными маркетинговыми данными и метриками: CTR, CR, SAC, LTV и ROI. Простые инструменты сбора	Анализ реальной ситуации из жизни: применение машинных сервисов для аналитики

			данных – Яндекс.Метрика, статистики соцсетей в Live Dune, SimilarWeb. Построение наглядных отчетов.	рекламных каналов, поиск слабых мест привлечения трафика и способы их исправления.
24.	Антикризисный маркетинг. Учимся на опыте лидеров	2	Понятие, цели и задачи антикризисного маркетинга. Изучение реальных кейсов известных брендов, которые успешно пережили экономические спады, пандемию и резкое изменение спроса. Разбор основных маркетинговых шагов и стратегий коммуникации брендов. Ключевые принципы антикризисного маркетинга: гибкость, фокус на ценности для потребителя, оптимизацию затрат без потери качества.	Разработка мини-плана действий для условного или реального бизнеса в кризисной ситуации.
25.	Бизнес-план: что это и зачем он	3	Основы бизнес-планирования.	Разбор ключевых

	нужен?		Почему бизнес-план является незаменимым инструментом для достижения бизнес-целей и как он помогает привлекать инвесторов. Роль бизнес-плана в процессе создания и развития своего дела: анализ жизнеспособности идеи, привлечение инвестиций, управление процессами и обеспечения четкого понимания направления развития бизнеса.	элементов бизнес-плана.
26.	Как поймать бизнес-идею за хвост: актуальность, новизна и практическая значимость	2	Работа над генерацией и отбором бизнес-идей. Актуальность, новизна и практическая значимость идеи. Потребности рынка и целевой аудитории. Как разработать уникальное предложение, которое сможет выделиться среди	Бизнес-игра на генерацию идеи.

			конкурентов на рынке.	
27.	Структура бизнес-плана: описание продукта, маркетинг, операционный план, финансы.	4	Структура бизнес-плана.	Составление проекта бизнес-плана. Работа в группах над созданием схемы.
28.	Финансовые аспекты: где взять деньги и как правильно распределить ресурсы	2	Основные источники финансирования бизнеса: кредиты, инвестиции и собственные средства. Особенности и виды грантовой поддержки молодых предпринимателей.	Разбор стратегии распределения ресурсов: рациональное планирование, минимизация затрат и обеспечение устойчивого роста.
29.	Процесс привлечения денег для реализации проекта	1	Процесс привлечения денег для реализации проекта (фандрайзинг), используя различные каналы. Краудфандинг как одна из форм фандрайзинга, позволяющая множеству людей финансировать проекты через онлайн-платформы. Привлечение	

			стартапами стартового капитала и создание дополнительной базы клиентов через современные платформы.	
30.	Производственный план: планируем доходы и расходы	3	Разбор производственного плана: оценка необходимых ресурсов, процесс разработки продукта и расчет ожидаемых доходов и расходов. Анализ эффективности бизнеса через прогноз прибыли, оценку рентабельности при планировании развития.	Практическое задание: разработка производствен ного плана с учетом различных факторов, влияющие на финансовые результаты.
31.	Риски и страхи: идентификация и противодействие	1	Разбор рисков в бизнесе: как их идентифицировать и минимизировать. Анализ предпринимательс ких страхов. Разработка стратегий минимизации рисков: страхование, диверсификация и	

			планирование сценариев. Уверенное управление проектом.	
32.	Современные программные средства для разработки бизнес-плана	3	Актуальные программные инструменты, которые помогут эффективно разрабатывать и оформлять бизнес-планы: Project Expert, LivePlan, E-Planificator, Notion, Visme и др. Функции и возможности различных платформ, которые облегчают процесс создания и анализа документов.	Разбор актуальных программных инструментов.
33.	Оценка ожидаемых результатов: планы и реальность	1	Показатели КРІ: как планировать, чтобы результаты соответствовали ожиданиям. Финансовые и операционные метрики (КРІ), определяющие эффективность, прибыльность и жизнеспособность бизнеса. Как регулярная оценка	

			позволяет вносить коррективы, адаптироваться к изменениям на рынке и повышать вероятность достижения поставленных целей.	
34.	Искусство презентации: эффективные инструменты и нюансы выступления	3	Как подать свой бизнес-план, чтобы заинтересовать инвесторов и партнёров. Разбор эффективных инструментов и нюансов визуализации информации, а также элементы уверенного выступления на публике. Практическая отработка: презентация идей, питч-сессия.	Итоговая презентация индивидуальных проектов
ИТОГО		34+34=68		

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

В конце каждого года проводится итоговое занятие в форме защиты проекта. Кроме того, ведется мониторинг выполненных учащимися практических работ.

ЭТАПЫ

педагогического контроля

10 класс

№ п/п	Сроки	Какие компетенции контролируются	Форма контроля
1	Октябрь	Приобретение обучающимися базовых знаний о предпринимательской деятельности	тест
2	Декабрь	Систематизация знаний об особенностях организации и ведения бизнеса	Выездная экскурсия на предприятие (фирму) с обсуждением
3	Февраль	Усвоение правил конструктивной групповой работы с использованием элементов ЦОС	Тренинг
4	Апрель	Формирование представлений о способах самостоятельного поиска, нахождения и обработки информации в изучении и прогнозировании развития рынка	Практикум
5	Май	Сформированность компетенций в сфере цифровой экономики	Защита индивидуального проекта

11 класс

№ п/п	Сроки	Какие компетенции контролируются	Форма контроля
1	Октябрь	Понятие личного бренда, его задачи и функции в современном информационном пространстве.	Практикум
2	Декабрь	Представление об основах разработки бизнес-проектов и организации коллективной творческой деятельности	Проект КТД
3	Февраль	Понимание о логике и правилах проведения маркетингового	Творческая работа

		исследования	
4	Апрель	Представление о способах самостоятельного поиска, нахождения и обработки информации в целях эффективного ведения бизнеса.	Презентация по теме
5	Май	Как подать свой бизнес-план, чтобы заинтересовать инвесторов и партнёров.	Презентация и защита индивидуального проекта

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Список учебно-методической литературы

1. Предпринимательство для школьников : учебное пособие / Д.Л. Зубов, С.В. Грицай, М.Б. Бекетова, Д.И. Валигурский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. - 268 с.

2. Основы предпринимательства: учебное пособие для 10-11 классов общеобразовательных организаций / О.А. Дмитриева, Н.А. Харенко. — М.: ООО «Русское слово - учебник», 2024. — 176 с.: ил.

3. Вызовы предпринимателям. Кейсы к учебному курсу «Предпринимательство для начинающих». Для учащихся 10-11 классов общеобразовательных орг. / Мария Бахарева, Денис Маслаков. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2020. - 32 с.

4. Экономика. Учебник для 10-11 классов / Под ред. А. Г. Грязновой, Н. Н. Думной и Н. С. Мироновой.- Эл. изд. — 1 файл pdf : 450 с. – Москва : Издательство «Интеллект-Центр», 2021. — Текст : электронный.

5. Экономика. Углублённый уровень: в 2 книгах. Книга 1: учебник для 10-11 кл. общеобразоват. орг: / под ред. С. И. Иванова, А. Я. Линькова. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2023. – 286, [2] 2. С.. Ил.

6. Симоненко В.Д. Основы предпринимательства. Учебн. пособие. – М.: ВитаПресс, 2005.

7. Черняк В.З. Введение в предпринимательство. Учебное пособие. М. Витапресс, 2007.

8. Лапуста М. Г. Малое предпринимательство: учебник. - М.:ИНФРА-М, 2011.

9. Основы предпринимательской деятельности/Под ред. В.М. Власовой. – М.: Финансы и статистика, 1.Кыров А. А. Индивидуальный предприниматель: практ. пособие. -М.: Проспект, 2012

10. Романов А.Н. Предпринимательство: учебник для вузов. - М.: ЮНИТИДАНА,2012.

11.Симоненко В.Д. Основы предпринимательства. Метод.пособие. М. ВитаПресс, 2008.

12.Экономика.10-11 классы: элективный курс «Организация и планирование собственного дела» /авт.-сост. А.М. Каунов. – Волгоград: Учитель, 2007.

Цифровые образовательные ресурсы и источники сети «Интернет»

<https://edsoo.ru> Единое содержание образования

https://www.s-vfu.ru/universitet/rukovodstvo-i-struktura/instituty/iti/erasmus_all/LPEB/Лекция%201.pdf

Содержание предпринимательской деятельности

<https://ваш-финдир.рф/blog/biznes-plan-shkola>

Примеры бизнес-планов для школьников