

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Министерство образования Самарской области
Юго-Западное управление**

**государственное бюджетное общеобразовательное учреждение Самарской области
средняя общеобразовательная школа № 10 имени Героя России Сергея Анатольевича Хихина
городского округа Чапаевск Самарской области**

РАССМОТРЕНО

Председатель МО

_____ О.С. Пономаренко

Протокол №1 от
«29» августа 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора по УВР

_____ О.А. Солодилова

УТВЕРЖДЕНО

Директор ГБОУ СОШ №10
г.о. Чапаевск

_____ Н.В. Пылева

Приказ № _____ от
«29» августа 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Предмет (курс) Основы маркетинга

(Элективный курс)

Класс 10 класс

2025 год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа элективного курса составлена в соответствии с нормативно-правовыми документами Российской Федерации в части, касающейся профориентации школьников: Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования; Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования; Федеральный закон от 24 июля 1998 года № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребёнка в Российской Федерации»; «Положение о профессиональной ориентации и психологической поддержке населения в Российской Федерации», утверждённое

Постановлением

Минтрудсоцразвития России от 27.09.1996 № 1; Указ Президента Российской Федерации № 204 от 07.05.2018 «О национальных целях истратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.»; Постановление Главного государственного санитарного врача РФ № 26 от 10 июля 2015 г. «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации обучения и воспитания в организациях, осуществляющих образовательную деятельность по адаптированным основным общеобразовательным программам для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья».

Программа соответствует документам регионального уровня: Постановление правительства Санкт-Петербурга от 4 июня 2014 года № 453 «О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие образования в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы»; региональная программа развития воспитания на 2017-2025 годы «Петербургские перспективы: духовно-нравственное развитие и воспитание детей, подростков и молодёжи; социально-культурная практика; выбор жизненного пути».

Актуальность

С каждым годом значительно увеличивается не только число

профессий, требующих знаний его основ. В обществе происходит осознание необходимости самоменеджмента в жизни каждого человека, которому помогает маркетинг. Для специалистов - это возможность сделать себе грамотную презентацию, для предпринимателей - один из основных инструментов продвижения на рынке своей продукции.

Современное развитие маркетинга не представляется без творчества. Развить творческий потенциал можно, работая в учебной фирме.

Актуальность программы заключается в том, что она строит обучение, позволяющее реализовать основные требования ФГОС и нацелена на развитие личностных, регулятивных, коммуникативных и познавательных универсальных учебных действий, способствует формированию ИКТ-компетентности обучающихся, способности и готовности к освоению систематических знаний, их самостоятельному пополнению, переносу и интеграции; способности к сотрудничеству и коммуникации, решению личностно и социально значимых проблем и воплощению решений в практику; способности к самоорганизации, саморегуляции и рефлексии.

Сильной стороной программы является её тесная связь с предметами школьного курса, использование, использование активных методов обучения и информационных коммуникационных технологий. Элективный курс «Основы маркетинга. Учебная фирма» представляет собой погружение в атмосферу конкурентной маркетинговой деятельности в сети учебных фирм, созданных в различных образовательных учреждениях.

Новизна курса состоит в том, что в результате его реализации с использованием технологии «Учебная фирма» как интеллектуального тренажёра, создаются условия для формирования самоменеджмента, самосознания, самоопределения учащихся.

Отличительной особенностью программы является также то, что преподаватель не только руководит процессом обучения, но и является сотрудником учебной фирмы в качестве консультанта. Решения в учебной фирме принимаются учащимися, что повышает их ответственность за

принятие решений и за результат деятельности, позволяет отработать изученные понятия по основам менеджмента.

Программа основывается на практико-ориентированном и деятельностном подходе, ориентирована на развитие творческого потенциала школьника, инициативности, самоменеджмента, как условия личного и профессионального успеха и других значимых социальных навыков, которые бы позволили выпускникам школы планировать свою трудовую деятельность в будущем.

Программа позволяет всем участникам образовательного процесса получить представление о целях, содержании, общей стратегии обучения, воспитания и развития учащихся средствами данного элективного курса; конкретизирует содержание и даёт примерное распределение учебных часов по разделам с учётом межпредметных связей, логики учебного процесса, возрастных особенностей учащихся.

Программа элективного курса «Основы маркетинга. Учебная фирма» предназначена для учащихся 10, 11-х классов, носит социально экономическую направленность и имеет практико-ориентированный характер. Программа является самостоятельным элективным курсом, а также модулем, который может использоваться в комплексе с программами других элективных курсов: «Основы предпринимательства. Учебная фирма», «Основы менеджмента. Учебная фирма».

Обучение проводится за счёт часов элективных курсов из компонента общеобразовательной организации. Программа данного элективного курса может быть использована для разработки рабочей программы в системе дополнительного образования школьников социально-экономической направленности и при реализации внеурочной деятельности.

Общая характеристика элективного курса

Элективный курс «Основы маркетинга. Учебная фирма» является элективным учебным предметом по выбору обучающихся из компонента общеобразовательной организации и выполняет три основные функции:

- 1) развитие содержания базового учебного предмета «Обществознание», а также поддержка изучения смежных учебных предметов на профильном уровне, получение дополнительной подготовки для сдачи единого государственного экзамена;
- 2) «надстройка» профильного учебного предмета «Экономика»;
- 3) удовлетворение познавательных интересов обучающихся в различных сферах человеческой деятельности.

В основе элективного курса лежит образовательная технология «Учебная фирма», которая, сегодня с успехом применяется более чем в 40 странах мира.

В основе дидактической концепции «Учебная фирма» лежит принцип: «Делая, познаю!».

Учебная фирма - это модель предприятия, созданная на базе образовательного учреждения, в которой реальная ситуация имитируется с обучающими целями.

В соответствии с профилем фирмы, сотрудники осуществляют основные виды деятельности реальной фирмы: проходят процедуру учреждения и регистрации фирмы, организуют покупку и продажу товаров и услуг; проводят маркетинговые мероприятия; ведут бухгалтерский учёт; принимают управленческие решения. В отличие от реальной фирмы, в учебной фирме предлагаемых товаров и услуг, а также денег, с помощью которых ведутся расчёты, не существует. На самом деле в учебной фирме происходит обмен информацией и документами, относящимися к деятельности фирмы. Такая виртуальная модель реальной фирмы учит бизнесу в защищенных условиях.

Учебная фирма может вступать в деловые отношения с другими

учебными фирмами, созданными на базе различных образовательных учреждений, образуя сеть учебных фирм, которая представляет собой единое образовательное пространство. Это взаимодействие рождает большое количество обучающих ситуаций, способствует взаимному обучению, обмену и обогащению опытом, знакомит с международной деловой этикой, даёт возможность совершенствовать деловые коммуникационные навыки, в том числе на иностранных языках, воспитывает гражданскую ответственность.

Кроме того учебная фирма взаимодействует с организациями «внешней среды», которую имитирует либо педагог на занятии, либо Центральный офис, созданный образовательными организациями на уровне города, региона или страны. Центральный офис имитирует работу организаций рыночной инфраструктуры (поставщики, покупатели, банки), а также органы государственной власти (налоговая инспекция, Фонд поддержки предпринимательства, Комитет по управлению государственным имуществом, Внебюджетные фонды). Центральный офис играет роль «системного интегратора», формируя условия для развития творческих инициатив, взаимного обучения всех участников сети.

Учебная фирма, своего рода, тренажёр, который позволяет на практике закрепить и приумножить знания, полученные на различных школьных предметах, получить и развить навыки, необходимые для дальнейшего профиля обучения. Учебная фирма создаёт условия для развития разносторонне развитой личности, способной к самостоятельному жизненному выбору, началу трудовой деятельности, самообразованию и самосовершенствованию.

Создание учебной фирмы и работа в ней - это важнейший элемент получения опыта практической деятельности, так необходимого для социализации личности школьника, его для адаптации к окружающей жизни.

Первый раздел программы элективного курса «Введение в маркетинг» посвящён основным понятиям маркетинга, поведению потребителей на

рынке.

Второй раздел программы «Позиционирование на рынке» реализуется следующим образом: учащиеся в процессе создания учебной фирмы знакомятся с основными понятиями и бизнес-процессами, связанными с созданием и занятием определенной позиции на рынке.

Третий раздел «Маркетинг как система управления фирмой» предполагает освоение базовых инструментов маркетинга на практике, имитируя работу фирмы в сети учебных фирм, которые создают обучающее «рыночное» пространство.

В работе по программе используются стратегии развивающего обучения, системно-деятельностный подход, **педагогические приёмы:**

- мозговой штурм;
- карта памяти;
- элементы критического мышления;
- решётка принятия решения;
- деловые и имитационные игры;
- работа с социальными партнёрами (реальными предприятиями, работающими в аналогичной сфере), а также **методы:**
- деятельностный, при котором ученик не получает знания в готовом виде, а добывает их сам в процессе собственной деятельности;
- портфолио - мониторинг в безоценочной системе обучения, подтверждение и самооценка своих достижений;
- метод проектов - участие в ярмарках различного уровня: от школьной до международной;
- использование ИКТ;
- исследовательские;
- коллективная система обучения (КСО) и др.

Цели и задачи, решаемые при реализации программы

Цель программы - формирование предпринимательских, социальных и коммуникационных компетенций, способствующих повышению уровня готовности к профессиональному самоопределению с учётом личностных особенностей.

Задачи, решение которых необходимо для достижения цели:

- развитие познавательного интереса обучающихся к предпринимательству;
- актуализация вопросов, связанных с построением образовательного и профессионального маршрутов;
- формирование общественной активности личности;
- применение полученных теоретических знаний на практике;
- получение опыта практической деятельности обучающихся для осознанного профессионального самоопределения;
- формирование умения работать в команде, разрешать конфликтные ситуации;
- формирование умения адаптироваться к изменяющимся условиям профессиональной среды и рынка труда.

Формы контроля

- тестирование по разделам программы;
- проверочные работы по отдельным разделам программы;
- творческие и проектные работы;
- контрольный лист оценки ключевых навыков, заполняемый учащимися и учителем в начале и в конце обучения;
- оценка практических навыков учащихся проводится в форме аттестации на момент ротации персонала сотрудников УФ;
- итоговое тестирование по всему курсу обучения.

Планируемые результаты освоения программы

Личностными результатами являются следующие умения:

- способность к осознанию российской идентичности в поликультурном социуме;
- готовность и способность учащихся к саморазвитию и личностному самоопределению;
- применение норм общения и коммуникативного взаимодействия, освоение социальных норм, правил поведения, ролей и форм социальной жизни в группах и сообществах, включая взрослые и социальные сообщества;
- готовность и способность вести диалог с другими людьми и достигать в нём взаимопонимания;
- развитие морального сознания и компетентности в решении моральных проблем на основе личностного выбора, формирование нравственных чувств и нравственного поведения, осознанного и ответственного отношения к собственным поступкам;
- мотивированность к обучению и целенаправленной познавательной деятельности.

Метапредметными результатами являются формирование **универсальных учебных действий**, которые представляют собой:

- умение определять и формулировать цель деятельности;
- умение планировать, контролировать качество и срок выполнения своей работы на занятии в соответствии с поставленной целью;
- готовность брать на себя инициативу в организации совместного действия (деловое лидерство);
- умение искать оптимальные способы решения поставленных задач;
- умение искать, обрабатывать и представлять информацию наиболее эффективным способом, в том числе с помощью компьютерных средств;

- готовность анализировать события, регулировать свои действия и поведение;
- умение оформлять свои мысли в устной и письменной речи;
- умение выступать публично перед аудиторией;
- готовность вести диалог и спор с коллегами;
- умение выходить из конфликтных ситуаций.

Предметные результаты

Учащийся учебной фирмы должен знать:

- основные положения Закона о предпринимательской деятельности, Гражданского Кодекса РФ (часть II), Трудового кодекса РФ, Налогового кодекса РФ;
- формы собственности;
- виды предпринимательской деятельности;
- организационно-правовые формы предприятий;
- структуру фирмы;
- функции отделов;
- перечень документов, необходимых для регистрации фирмы;
- порядок регистрации фирмы;
- основы делового этикета;
- схему документооборота в учебной фирме;
- функции маркетинга;
- критерии сегментирования рынка;
- этапы позиционирования на рынке;
- методы маркетингового исследования;
- понятия товара и цены товара;
- каналы распространения товаров;
- способы стимулирования продаж;
- правила ведения безналичных расчётов.

Учащийся учебной фирмы должен уметь:

- сделать обоснованный выбор вида предпринимательской деятельности;
- аргументировано выбрать организационно-правовую форму фирмы и обосновать свой выбор;
- составлять учредительные документы на основании образца;
- составить резюме;
- оформлять необходимые документы при приёме на работу;
- планировать и контролировать свою работу и работу сотрудников;
- взаимодействовать с отделами фирмы и контрагентами;
- провести маркетинговое исследование и оформить его результаты;
- создать рекламный ролик;
- создать каталог учебной фирмы и рекламную продукцию (буклеты, рекламные листовки и др.);
- подготовить и провести промоакцию и презентацию учебной фирмы.

Критерии оценивания

- знание нормативной документации;
- знание порядка регистрации фирмы;
- знание схемы документооборота в учебной фирме;
- знание методов маркетингового исследования;
- знание структуры розничной цены;
- умение оформления документов по учреждению фирмы, приёму на работу и коммерческой деятельности;
- умение провести маркетинговое исследование;
- умение оформлять: рекламную листовку, прайс-лист, каталог, стенд на ярмарке;
- умение проводить презентацию фирмы.

Программа считается освоенной при выполнении всех указанных критериев.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№	Наименование разделов и тем	Общее количество часов	В том числе	
			теория	практика
	Введение	1	1	-
1	Введение в маркетинг	7	3	4
2	Позиционирование на рынке	12	4	8
3	Маркетинг как система управления фирмой	14	4	10
	ИТОГО часов:	34	12	22

Учебно-тематический план

№	Наименование разделов и тем	Общее количество часов	В том числе	
			теория	практика
	Введение.	1	1	-
1	Введение в маркетинг.	7	3	4
1.1	Маркетинговая среда.	3	1	2
1.2	Основные понятия маркетинга.	1	1	-
1.3	Поведение потребителей на рынке.	3	1	2
2	Позиционирование на рынке.	12	4	8
2.1	Сегментирование рынка.	3	1	2
2.2	Управление фирмой.	3	1	2
2.3	Выход фирмы на рынок.	3	1	2
2.4	Маркетинговые исследования.	3	1	2
3	Маркетинг как система управления фирмой.	14	4	10
3.1	Товарная политика.	3	1	2
3.2	Ценовая политика.	3	1	2
3.3	Распространение товаров.	3	1	2
3.4	Продвижение товаров.	3	1	2

№	Наименование разделов и тем	Общее количество часов	В том числе	
			теория	практика
3.5	Анализ работы учебной фирмы.	2	-	2
	ИТОГО часов:	34	12	22

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Введение (1 час)

Теория (1 час)

Предмет и задачи элективного курса «Основы маркетинга. Учебная фирма». Принципы создания и функционирования учебных фирм. Сеть учебных фирм. Центральный офис учебных фирм.

Раздел 1. Введение в маркетинг (7 часов)

Тема 1.1 Маркетинговая среда (3 часа)

Теория (1 час)

Экономический кругооборот ресурсов, товаров, услуг и денег. Субъекты рынка: фирмы, потребители, государство. Факторы производства и факторные доходы. Выручка.

Практика (2 часа)

Деловая игра «Как заработать на жизнь».

Тема 1.2 Основные понятия маркетинга

Теория (1 час)

Нужда. Потребность. Свойства потребностей. Пирамида потребностей по А. Маслоу. Товар (услуга). Спрос и предложение.

Маркетинг. Роль и задачи маркетинга на предприятии. План маркетинга фирмы.

Тема 1.3 Поведение потребителей на рынке (3 часа)

Теория (1 час)

Факторы, влияющие на поведение покупателей на потребительском рынке.
Решётка принятия решения.

Практика (2 часа)

Разработка «банка» бизнес-идей учебной фирмы. Исследование предложений реальных фирм.

Раздел 2. Позиционирование на рынке (12 часов)

Тема 2.1 Сегментирование рынка (3 часа)

Теория (1 час)

Сегментирование рынка. Сегмент рынка. Рыночная ниша. Критерии сегментирования потребительского рынка. Целевая аудитория.

Практика (2 часа)

Исследование рынка учебных фирм. Составления портрета потенциального потребителя товаров (услуг) учебной фирмы.

Презентация бизнес-идей. Выбор вида деятельности учебной фирмы.

Тема 2.2 Управление фирмой (3 часа)

Теория (1 час)

Понятие менеджмента. Функции менеджера. Организационная структура фирмы, функции отделов, должностные обязанности сотрудников.

Практика (2 часа)

Выбор директора. Разработка организационной структуры фирмы, штатного расписания, должностных обязанностей сотрудников. Оформление документов о приёме сотрудников на работу.

Тема 2.3 Выход фирмы на рынок (3 часа)

Теория (1 час)

Этапы позиционирования. Выявление конкурентов. Конкурентное преимущество. Идентификация на рынке. Фирменный стиль. Корпоративная культура. Деловой этикет.

Практика (2 часа)

Разработка названия фирмы, слогана, логотипа, визитной карточки. Формулирование миссии фирмы. Разработка пресс-релиза учебной фирмы.

Тема 2.4 Маркетинговые исследования (3 часа)

Теория (1 час)

Маркетинговое исследование. Методы исследования. Правила составления анкет.

Практика (2 часа)

Составление анкеты по исследованию рынка учебных фирм. Сбор, обработка и анализ информации.

Раздел 3. Маркетинг как система управления фирмой (14 часов)

Тема 3.1 Товарная политика (3 часа)

Теория (1 час)

Понятие товара и услуги. Товарный ассортимент. Жизненный цикл товара. Товарная марка. Бренд.

Практика (2 часа)

Разработка ассортимента товаров и услуг учебной фирмы. Исследование предложений реальных фирм аналогичного вида деятельности.

Тема 3.2 Ценовая политика (3 часа)

Теория (1 час)

Цена товара. Себестоимость товара. Оптовая и розничная цена товара. Торговая наценка. Скидки.

Практика (2 часа)

Расчет цены товара. Составление прайс-листа учебной фирмы. Составление бланка заказа учебной фирмы.

Тема 3.3 Распространение товаров (3 часа)

Теория (1 час)

Каналы распространения товаров. Оптовая и розничная торговля.

Практика (2 часа)

Составление заявок на закупку товаров в Торговой палате. Составление коммерческих предложений для продажи товаров учебным фирмам сети. Заполнение бланков заказов от учебных фирм, регистрация заказов, ведение книги покупок и книги продаж.

Тема 3.4 Продвижение товаров (3 часа)

Теория (1 час)

Метода стимулирования продаж. Реклама. Презентации. Ярмарки и выставки. Порядок подготовки к ярмарке.

Практика (2 часа)

Создание рекламных материалов учебной фирмы. Оформление каталога, рекламных писем, листовок, флаеров. Создание презентации, рекламного ролика, промоакции.

Разработка плана подготовки к ярмарке. Участие в ярмарках различного уровня (городского, регионального, международного) и профессиональных конкурсах.

Тема 3.5 Анализ работы учебной фирмы.

Практика (2 часа)

Подведение итогов работы учебной фирмы. Составление отчётов сотрудников. Анализ достигнутых результатов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

1. Способы и формы работы с учащимися:

- вводные занятия проводятся в форме **лекций** и **презентаций**, где учащиеся получают необходимые знания о программе, организации учебной фирмы, её функционированию;
- на **учредительном собрании** учащиеся принимают решение о создании фирмы, выбирают директора;
- на **семинаре**, который организуется в Центральном офисе учебных фирм, сотрудники обсуждают проблемы организации фирмы, проходят регистрацию;
- на **тренингах**, проводимых действующими предпринимателями, учащиеся знакомятся со способами разработки креативных идей и эффективных бизнес-коммуникаций;
- **экскурсии**, организованные в реальные фирмы позволяют получить представление о работе фирмы воочию, задать вопросы специалистам, воспользоваться рекламными и другими материалами реальной фирмы;
- на **мастер-классах**, проводимых специалистами, учащиеся учатся вести учёт в учебной фирме, создавать свой фирменный стиль, проводить рекламные мероприятия для продвижения на рынке;
- **рабочий день** в учебной фирме - это возможность получить компетенции по различным офисным специальностям;

- для нахождения своего места на рынке учащиеся делают **презентации**, в том числе и электронные;
- **конкурс «Моя учебная фирма»** позволяет учащимся использовать информацию, полученную на тренингах и мастер-классах, раскрыть свой потенциал,;
- **участие** в ярмарках учебных фирм позволяет получить неоценимый опыт общения с покупателями и поставщиками, в том числе и на иностранных языках;
- принимая участие в ярмарке, учащиеся создают **каталоги, промоакции, рекламные ролики, оформляют стенд (ярмарочное пространство)** своих фирм;
- заканчивается обучение по программе проведением **итогового тестирования.**

2. Перечень дидактических материалов:

- карточки-задания по процедуре регистрации фирмы, функциям отделов;
- лото «Документы учебной фирмы»;
- карточки-задания с проблемными вопросами: приём на работу, конфликтная ситуация в фирме и т.п.
- схемы структуры фирмы, видов предпринимательства, форм организации бизнеса, порядка регистрации фирмы, операций покупки и продажи в учебной фирме;
- должностные инструкции по работе в отделах фирмы;
- памятки по различным этапам функционирования учебной фирмы;
- тесты по разделам программы;
- анкеты обучающихся и их родителей;
- контрольные листы по оценке ключевых навыков;

- формы и образцы заполненных документов;
- задания по формированию умений сравнивать, анализировать, доказывать, устанавливать причинно-следственные связи, обобщать: составление анализа рынка товаров и услуг в Сети учебных фирм, успешности фирмы, отчётов деятельности.
- задания по развитию воображения и творчества: созданию рекламных материалов;
- проектировочные и экспериментальные задания: оформление ярмарочного стенда, создание плана работы фирмы (отдела), подготовки к ярмарке и др.

3. Перечень материально-технического обеспечения.

Материально-техническое обеспечение программы зависит от специфики, материальной базы, возможностей и кадрового состава общеобразовательной организации.

Для эффективной работы учебной фирмы большое значение имеет оборудование помещения, в котором будет проходить занятие. Помещение должно быть и хорошо освещённым, в идеале не напоминать обычный класс или аудиторию и оформлено в стиле современного офиса реальной фирмы. Оно должно быть оборудовано компьютерной и оргтехникой, офисной мебелью, средствами связи и необходимой номенклатурой канцелярских товаров. Именно оборудованное помещение создаёт микросреду, способствующую созданию необходимой психологической атмосферы имитации деятельности реальной фирмы. Мебель желательно расположить по функциональным отделам, создавая определённый комфорт, что позволяет сотрудникам работать, не мешая, друг другу.

Занятия могут быть организованы в компьютерном классе с возможностью выхода в Internet для более эффективного взаимодействия и использования офисных приложений для работы.

Необходимые материалы и оборудование

- офисная мебель (столы, стулья, шкафы);
- ПК, желательно связанные в одну сеть;
- выход в Интернет;
- офисные приложения и программы для ведения учёта и делопроизводства;
- видеокамера для общения с партнёрами по сети учебных фирм и проведения видеоконференций (желательно);
- периферийные устройства: принтер, сканер, копировальное устройство;
- канцелярские товары, бумага для офисной техники;
- материалы для оформления стенда на ярмарке учебных фирм.

Следует иметь в виду, что участие в ярмарках различного уровня предполагает материальные и финансовые затраты на аренду стенда, подготовку материалов для его оформления, а также на проезд и проживание в месте проведения ярмарки.

Информационное обеспечение

программы Нормативные

документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования;
2. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования;
3. [Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»](#);
4. РЕГЛАМЕНТ работы Сети учебных фирм «Делая, познаю!» СПб АЛЛО.

Литература для учителя

2. Асмолов А. Г. Формирование универсальных учебных действий в основной школе: от действия - к мысли. Система заданий. Пособие для учителя. (Стандарты второго поколения). -М.: Просвещение, 2017, 159 с.
3. Гаврилов Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе. Учебник для бакалавров. Гриф УМО - Юрайт, 2016, 372 с.
4. Морозова Н. О финансах легко и непринужденно. - М.: Издательство АСТ, 2019. - 224 с. - (Звезда Рунета. Бизнес).
5. Муштавинская И.В. Внеурочная деятельность: содержание и технологии реализации. Методическое пособие. - СПб.: КАРО, 2016, 296 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг от А до **Я**. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. - М.: Альпина Паблишер, 2018, 211 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. - М.: Вильямс, 2018, 296 с.
8. Пушкарева Е.В. Электронная книга. Учебная фирма как форма организации учебно-производственной деятельности для формирования предпринимательских компетенций студентов ПОО. - М.: Синергия, 2018.
9. Райгородский Д.Я. Психология предпринимательства. - Самара.: БахраХ-М, 2017, 768 с.
10. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup - Альпина Паблишер, 2018, 253 с.
11. Рубин, Ю.Б. Основы предпринимательства: Учебник / Ю.Б. Рубин. - М.: МФПУ Синергия, 2016, 464 с.
12. Серебряков А.Г., и др. Моя будущая профессия. 10-11 классы. Тесты по профессиональной ориентации школьников-М.: Просвещение, 2017.
13. Тиль П., Мастерс Б. От нуля к единице. Как создать стартап, который изменит будущее. Электронная книга. -М.: Альпина Паблишер, 2015, 240 с.

14. Эффективные коммуникации. Журнал Harvard Business Review. [HBR 10 лучших статей](#). - М.: Альпина Паблишер, 2018, 200 с.
15. Янч Дж. Продавец нового времени. Думай, как маркетер-продавай как звезда /- Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 288 с.
16. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст. - М.: Альпина Паблишер, 2018, 440 с.
17. Насонова И.П., Бордовский Г.А. Обществознание. 9 класс. Учебник. -М.: Вентана-Граф, 2018, 192 с.
18. Сарычева Л., Ильяхов М. Новые правила деловой переписки. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 256 с.

Литература для обучающихся:

1. Каунов А.М. Экономика. 10-11 классы. Организация и бизнеспланирование собственного дела. Элективный курс, М.: Учитель, 2016, 200 с.
2. Чумаченко В.В., Горяев А.П. [Основы финансовой грамотности. Учебное пособие](#). -М.: Просвещение, 2018.

Электронные ресурсы

1. www.marketcenter.ru - сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров;
2. www.sostav.ru;
3. www.cfin.ru - сайт «Корпоративный менеджмент»;
4. www.marketing.spb.ru - сайт «Энциклопедия маркетинга»;
5. www.admarket.ru - сайт Клуба журналистов;
6. www.marketing.by - 100 ресурсов и инструментов по маркетингу;
7. <http://www.rabotas.ru> - подборка статей о карьере, профессиях, рынке труда.
8. <http://www.profvibor.ru> - помощь в профессиональном самоопределении.