ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Научно-учебная лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций

ПРОГРАММА

**курса проектной и исследовательской деятельности
по подготовке к Открытой городской научно-практической
конференции «Наука для жизни» по направлению «Шаг в бизнес»
(секция «Посредническое предпринимательство»)
для учащихся 10-11 предпринимательских классов**

(36 ч.)

**Москва
2025**

АННОТАЦИЯ

Программа курса проектной и исследовательской деятельности по подготовке к Открытой городской научно-практической конференции «Наука для жизни» по направлению «Шаг в бизнес» (секция «Посредническое предпринимательство») для учащихся 10-11 предпринимательских классов (далее – Программа) составлена на основе общих целей, определенных Федеральным государственным стандартом среднего общего образования, обеспечивает достижение планируемых результатов освоения программ курсов «Экономика» и «Основы предпринимательской деятельности» для учащихся предпринимательских классов[1], а также реализует основные принципы государственной политики РФ в области образования, изложенные в Законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ.

Программа направлена на формирование устойчивых познавательных интересов обучающихся в области экономики и бизнеса**,** выработку основ профессионального самоопределения, подготовку к самостоятельному и целенаправленному участию в предпринимательской деятельности. Результатом усвоения Программы является предоставление обучающимся систематизированной информации, необходимой для формирования практических навыков в области посреднического предпринимательства, анализа его прикладных систем в контексте подготовки к участию в Открытой городской научно-практической конференции «Наука для жизни» по направлению «Шаг в бизнес».

Программа предусматривает выбор, разработку, реализацию и общественную презентацию метапредметного бизнес-проекта, направленного на получение новых знаний через опыт учебного экспериментирования, критического и творческого осмысления действительности, познавательного поиска.

В основе реализации программы лежит проектный метод - образовательная технология, нацеленная на приобретение учащимися новых знаний на основе реальной жизненной практики, формирование у школьников специфических умений и навыков посредством системной организации проблемно-ориентированного поиска. Проектный метод, по словам Дж. Дьюи, можно охарактеризовать как «обучение через делание», когда учащийся самым непосредственным образом включен в активный познавательный процесс, самостоятельно формулирует проблему, осуществляет сбор необходимой информации, планирует возможные варианты решения проблемы, делает выводы; анализирует свою деятельность, формируя «по кирпичикам» новое знание и приобретая новый учебный и жизненный опыт.

Программа создает предпосылки для развития целеустремленности и самостоятельности обучающегося в постижении нового, стимулируя его природную любознательность и творческий потенциал.

---

[1] Программа учебного курса «Экономика» для 10-11 класса (разработчик – Самохина А.К.)
Программа учебного курса «Основы предпринимательской деятельности» (разработчики: Быкова О.Н., Ляндау Ю.В., Елина О.А.). *https://profil.mos.ru/business/uchitelyam.html*

Цель программы – способствовать становлению индивидуальной образовательной траектории обучающихся через включение в образовательный процесс учебно-исследовательской и проектной деятельности в области подготовки и реализации проектов посреднического предпринимательства.

Задачами Программы являются:

1) активизация познавательной деятельности обучающихся;

2) формирование у школьников учебной компетенции для использования теоретических знаний при разработке проектов в области посреднического предпринимательства;

3) формирование специфических умений и навыков, универсальных учебных действий, а также ознакомление с методами подготовки проектов в области посреднического предпринимательства;

4) формирование общеучебных и коммуникативных навыков.

В программу входят практические занятия, которые обеспечивают дополнительную отработку предпрофессиональных умений и закрепление навыков решения практикоориентированных задач в области посреднического предпринимательства.

1. Общая характеристика курса проектной и исследовательской деятельности

Содержание курса проектной и исследовательской деятельности по подготовке к Открытой городской научно-практической конференции «Наука для жизни» по направлению «Шаг в бизнес» (секция «Посредническое предпринимательство») для учащихся 10-11 предпринимательских классов (далее – курса) включает общие практические аспекты создания и функционирования бизнеса в области посреднического предпринимательства.

Последовательное изучение курса даст школьникам представление о:

- ключевых понятиях в области управления бизнесом в сфере посреднического предпринимательства, его организационных, правовых, маркетинговых, финансовых, управленческих и этических аспектах;
- ключевых управленческих решениях, принимаемых в посредническом предпринимательстве.

В процессе изучения курса обучающиеся получат возможность:

- применять полученные знания для характеристики сфер управления посредническим предпринимательством, основанные на анализе тенденций экономических изменений в бизнесе и обществе;
- развивать практический опыт, необходимый для создания собственного стартапа в области посреднического предпринимательства;

- учиться думать и принимать решения, учитывая различные аспекты и факторы посреднического предпринимательства;
- определять простейшие приоритеты и прогнозировать последствия принятия собственных решений.

2. Личностные, метапредметные и предметные результаты освоения курса и универсальные учебные действия

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования освоение курса предполагает достижение личностных, метапредметных и предметных результатов.

Личностные результаты освоения учебного предмета включают в себя:

- понимание основ поведения в сфере посреднического предпринимательства для осуществления осознанного выбора будущей профессии;
- использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни для решения практических задач, связанных с реальными жизненными ситуациями; совершенствования собственной познавательной деятельности;
- готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;
- владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач;
- умение самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности в области посреднического предпринимательства; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в управлении бизнесом в области посреднического предпринимательства;
- сформированность ответственного отношения к предпринимательской деятельности, усвоение основных принципов этики бизнеса, ориентация на бережное отношение к использованию ресурсов и окружающей среде;
- сформированность внутренней позиции личности и гражданской идентичности как ценностного отношения к себе, окружающим людям и жизни в целом.

Предметные результаты освоения курса включают в себя:

- понимание смысла основных понятий в области посреднического

предпринимательства и современных концепций его ведения;

- усвоение основных принципов и стратегий предпринимательской деятельности в области посреднического предпринимательства и рационального поведения в данной сфере;
- понимание основных аспектов функционирования посреднического предпринимательства;
- умение решать познавательные задачи в рамках изученного материала, отражающие типичные ситуации в сфере посреднического предпринимательства.

Метапредметные результаты освоения курса включают в себя:

- владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических и аналитических задач;
- готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;
- умение использовать средства информационных и коммуникационных технологий (далее – ИКТ) в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности.

Универсальные учебные действия

личностные: самоопределение, смыслообразование, нравственно-этическая ориентация;

регулятивные: целеполагание, планирование, прогнозирование, контроль, коррекция, оценка, саморегуляция;

познавательные: поиск, ранжирование и продуцирование новой информации, выбор наиболее эффективных способов решения проблем, создание алгоритмов деятельности, моделирование процессов.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Форма обучения – очная, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Форма организации учебного процесса – модульная.

Режим занятий – 1 раз в неделю по 4 академических часа.

3. Содержание учебного курса

Тема 1. Бизнес в сфере посреднического предпринимательства (5 ч.)

Среда бизнеса. Понятие посреднического предпринимательства (1 ч.)

Понятие и виды бизнеса. Среда бизнеса. Понятие «успех» в бизнесе и метрики успеха в бизнесе. Понятие посреднического предпринимательства. Посредническое предпринимательство как составная часть инфраструктуры товарных рынков.

Направления и особенности посреднического предпринимательства (1 ч.)

Информационно-коммерческие услуги. Комиссионные услуги. Консалтинговые услуги. Инжиниринговые услуги. Лизинговые услуги. Рекламные услуги.

Специфика проектной деятельности (1 ч.)

Отличие проекта от исследования. Выявление и формулировка проблемы (проблем), решить которые призван проект. Этапы проектной деятельности.

Практическая работа: генерация идей проектов в области посреднического предпринимательства *(2 ч.)*

Тема 2. Основы управления бизнесом в сфере посреднического предпринимательства (7 ч.)

Основные функции управления в бизнесе (2 ч.)

Понятие «бизнес-модель» как способ, которым организация обеспечивает получение дохода. Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пинье

Сфера услуг: транспорт, связь, торговля, финансы, страхование, услуги в сфере недвижимости, гостеприимство и туризм. Бизнес-модели, реализуемые с использованием распределенного ресурса сети Интернет. Отличие посреднической деятельности от платного оказания услуг.

Виды планирования в бизнесе. Бизнес-планирование.

Функциональные области управления бизнесом: производство и логистика, ИТ, маркетинг и продажи, финансы и учет, управление человеческими ресурсами.

Цепочка ценности М. Портера: основные и вспомогательные виды деятельности.

Управление проектами и бизнес-процессами в посредническом предпринимательстве (1 ч.)

Понятия «проект», «бизнес-процесс». Управление бизнес-процессами в фирме. Запас финансовой прочности проекта.

Характеристики посреднических организаций (2 ч.)

Работа посредников в системе дилерских и дистрибьюторских сетей. Место франчайзинга в дилерских и дистрибьюторских сетях. Организация работы посредника-поверенного. Организация работы посредника-агента. Организация работы посредника-комиссионера. Биржевое посредничество.

Практическая работа: Обоснование этапов и механизмов особенностей реализации проекта. Детализация и обсуждение идей проектов в области посреднического предпринимательства. *(2 ч.)*

Тема 3. Маркетинг в сфере посреднического предпринимательства (8 ч.)

Рынок, потребители и конкуренты в сфере посреднического предпринимательства (1 ч.)

Рынок. Сегментирование рынка. Целевая аудитория. Критерии выделения целевых сегментов. Конкуренты и конкурентные преимущества. Анализ конкурентов.

Доля рынка: PAM, TAM, SAM, SOM. Расчет реальной и прогнозируемой доли рынка посреднических услуг.

Инструменты маркетинга (2 ч.)

Понятия «продукт», «товар», «услуга», «ценность».

Маркетинговые коммуникации.

Реклама и продвижение товаров на рынке. Рекламные затраты. Стоимость привлечения клиента. CLV (customer lifetime value) клиента в год. Конверсия.

Понятие товарного ассортимента (1 ч.)

Формирование и сбалансированность товарного ассортимента. Управление ассортиментом товаров в магазинах.

Бренд и лояльность потребителя (1 ч.)

Понятие бренда и торговой марки.

Понятия удовлетворенности и лояльности покупателей. Программы лояльности клиентов.

Особенности оптовой торговли как сферы посреднического предпринимательства (1 ч.)

Характеристика системы оптовой торговли. Изучение и поиск коммерческих партнеров-поставщиков по закупке товаров. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителей. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров. Оптовые продовольственные рынки, их

роль в закупках товаров. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.

Практическая работа: Работа над планом маркетинга. Презентация идей проектов *(2 ч.)*

Тема 4. Экономика и финансы бизнеса (9 ч.)

Источники финансирования и финансовая модель бизнеса (1 ч.)

Внутренние и внешние источники финансирования бизнеса. Уставной капитал. Ценные бумаги. Прибыль и амортизация. Кредиты. Анализ и оценка рисков. Финансовая модель бизнеса.

Финансовая отчетность в бизнесе в сфере посреднического предпринимательства (2 ч.)

Виды финансовой отчетности в бизнесе.

Бюджетирование, управленческий учет, бухгалтерский учет: основные принципы и понятия. ФОТ и ФМО. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Формирование финансового результата от реализации товаров

Основные экономические аспекты деятельности фирмы в сфере посреднического предпринимательства (4 ч.)

Издержки, виды издержек, доход, прибыль. Прямые и косвенные издержки.

Системы налогообложения, налоги и отчисления малого и среднего бизнеса. Неналоговые платежи.

Производительность ресурсов. Эффективность инвестиций, понятие NPV, понятие «стоимость бизнеса». Максимизация прибыли. Точка безубыточности.

Принципы вознаграждения посредника. Определение комиссионного вознаграждения. Определение эффективности торговых операций (в рознице и мелком опте). Ценовая политика торговых посредников. НДС при реализации товаров через посредника. Получение дохода комиссионером на основе договора комиссии. Учет НДС комитента. Налоговые последствия договора комиссии. Общий порядок налогообложения.

Практическая работа: разработка финансовых моделей проектов *(2 ч.)*

Тема 5. Правовые аспекты бизнеса в сфере посреднического предпринимательства (5 ч.)

Основы гражданских правоотношений (2 ч.)

Основные законы, регулирующие предпринимательскую деятельность. Организационно-правовые формы предприятий. Самозанятость. Регистрация и лицензирование предпринимательской деятельности, сертификация. Работа по договору гражданско-правового характера (договор возмездного оказания услуг, договор подряда, договор поручения).

Порядок правового регулирования хозяйственных связей в торговле. Договор розничной купли-продажи. Получение дохода комиссионером на основе договора комиссии. Учет НДС комитента. Налоговые последствия договора комиссии. Общий порядок налогообложения. Договор комиссии на продажу. Договор комиссии на покупку.

Документы, используемые при совершении экспортно-импортных операций. Организация таможенного дела. Порядок таможенного оформления и контроля грузов.

Основы трудовых правоотношений (1 ч.)

Трудовые отношения в бизнесе. Права работника и работодателя. Трудовой договор. Оплата труда работников. Формы заработной платы.

Практическая работа: подготовка к презентации проектов. Требования, предъявляемые к проектам, представляемым на конкурсы городского уровня, в том числе на Открытую городскую научно-практическую конференцию «Наука для жизни» по направлению «Шаг в бизнес» *(4 ч.)*

4. Тематический план

№ темы	Тематическое содержание курса	Количество аудиторных часов
1.	Бизнес в сфере посреднического предпринимательства. Среда бизнеса. Понятие посреднического предпринимательства	1
2.	Направления и особенности посреднического предпринимательства	1
3.	Специфика проектной деятельности	1
4.	*Практическая работа:* генерация идей проектов в области посреднического предпринимательства	2
5.	Основы управления бизнесом в сфере посреднического предпринимательства. Основные функции управления в бизнесе	2
6.	Управление проектами и бизнес-процессами в посредническом предпринимательстве.	1
7.	Характеристики посреднических организаций	2
8.	*Практическая работа:* Обоснование этапов и механизмов особенностей реализации проекта. Детализация и обсуждение идей проектов в области посреднического предпринимательства	2

9.	Маркетинг в сфере посреднического предпринимательства. Рынок, потребители и конкуренты в сфере посреднического предпринимательства	1
10.	Инструменты маркетинга	2
11.	Понятие товарного ассортимента	1
12.	Бренд и лояльность потребителя	1
13.	Особенности оптовой торговли как сферы посреднического предпринимательства	1
14.	*Практическая работа:* Работа над планом маркетинга. Презентация идей проектов	2
15.	Экономика и финансы бизнеса. Источники финансирования и финансовая модель бизнеса	1
	Финансовая отчетность в бизнесе в сфере посреднического предпринимательства	2
16.	Основные экономические аспекты деятельности фирмы в сфере посреднического предпринимательства	4
17.	*Практическая работа:* разработка финансовых моделей проектов	2
18.	Правовые аспекты бизнеса в сфере посреднического предпринимательства. Основы гражданских правоотношений	2
19.	Основы трудовых правоотношений	1
	Практическая работа: подготовка к презентации проектов. Требования, предъявляемые к проектам, представляемым на конкурсы городского уровня	2
	Структурирование информации и подготовка демонстрационных материалов. Техника презентации	1
	Предзащита проектов. Как отвечать на вопросы по выполненной работе	1
	Итого	**36**

5. Виды учебной деятельности

- работа с источниками информации с использованием современных средств коммуникации (включая ресурсы Интернета);
- критическое осмысление информации, поступающей из разных источников, формулирование на этой основе собственных заключений и оценочных суждений;
- анализ общественных явлений и событий;
- вычисления на условных примерах;
- практические работы с использованием ресурсов и на базе вуза;

- выполнение исследовательских и проектных работ.

6. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение образовательной деятельности

Учебно-методическое обеспечение реализации курса исследовательской и проектной деятельности базируется на изучении обучающимися нормативных актов, литературы и вспомогательных источников. К ним относятся:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации.
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 27.07.2007 № 209-ФЗ
4. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» от 26.07.2019 № 245-ФЗ
5. Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006
6. Андерхилл П. Почему мы покупаем, или как заставить покупать. - М.: Попурри, 2003
7. Кашанина Т.В., Кашанин А.В. Право и экономика. 10-11 класс. Кн.1,2. – М: Вита-Пресс, 2004
8. Макдональд М., Моррис П. Маркетинг. Иллюстрированный путеводитель по джунглям маркетинга. М.: Махаон, 1997
9. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Вильямс, 2016
10. Остервальдер А., Пенье Ив. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2007
11. Рис Э. Бизнес с нуля. -М.: Альпина паблишер, 2014
12. Современный бизнес: уч.пос. Д.Дж. Речмен, М.Х. Мескон, К.Л. Боуви, Дж.В. Тилл. В 2 т. – М.: Республика, 1995
13. Стартап-гайд. Как начать… и не закрыть свой интернет-бизнес. /Под ред. Зобнина М.Р. – М: Альпина Паблишер, 2017
14. Хоскинг А. Курс предпринимательства. – М.: Международные отношения, 1993. - 349 с.
15. Хибинг Р., Скотт К. Настольная книга директора по маркетингу. – М.: Эксмо, 2007
16. Энджел Д., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 2013. – 768 с.