

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»**

Утверждено:

учебно-методическим советом по
довузовскому образованию НИУ ВШЭ
протокол № ____ от «__» _____ 2023

**Дополнительная общеобразовательная программа
«Основы бизнеса»**

Возраст обучающихся: 16-17 лет
Срок реализации: 6 недель, 18.03.-08.04.

Москва, 2023

Оглавление

1. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	2
2. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОГРАММЕ.....	3
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.....	4
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН УЧЕБНОГО ПЛАНА.....	5

1. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Дополнительные общеобразовательные программы / перечень входящих дисциплин	Кафедра	Итог. контроль		Формы текущего контроля						Учебные недели	Зачетные единицы	Всего часов	В том числе				Распределение общего количества аудиторных часов по модулям							
			экзамены	зачеты	контрольные работы	эссе	реферат	КОЛЛОКВИУМ	семинарский контроль	аудиторных				из них		самостоятельная работа	1	2	3	4					
														лекции	семинары		модуль	модуль	модуль	модуль					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18.03 – 25.03	26.03 – 01.04	02.04 – 08.04	09.04 – 18.03	18	19	20	21	
	Программа "Основы бизнеса"																								
1	Основы бизнеса				1					6		36	20	10	10	16	8	10	8	10	8	10	8	10	

2. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОГРАММЕ

Дополнительная общеобразовательная программа «**Основы бизнеса**» разработана в соответствии с:

- Федеральным Законом РФ от 29.12.2012 г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации» (в действующей редакции);
- Концепцией развития дополнительного образования детей от 04.09.2014 г. № 1726-р;
- Приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 г. № 196 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» (с изменениями и дополнениями);
- Санитарно-эпидемиологическими требованиями к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей (Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.4.4.3172-14);
- Письмом Министерства образования и науки РФ от 18.11.2015 г. № 09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»);
- Порядком применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» (утвержден ученым советом НИУ ВШЭ, протокол от 01.02.2019 № 1).

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа «**Основы бизнеса**» (далее - Программа) направлена на повышение уровня предпринимательской подготовки обучающихся и ориентирована на удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся, формирование их готовности к предпринимательской деятельности.

Актуальность программы

Программа позволяет получить не только знания, необходимые для принятия сознательных решений в условиях современной рыночной экономики, но и навыки (так называемые, soft skills) сотрудничества, работы в микрогруппах, презентации, оперирования данными, анализа информации, креатива и принятия самостоятельных решений.

Цель и задачи программы

Цель программы: предоставление обучающимся систематизированной информации, необходимой для формирования практических навыков в области предпринимательской деятельности и анализа ее прикладных систем на основе активных методов обучения.

Задачи программы:

Образовательные – знание ключевых понятий в области управления бизнесом: организационные, правовые, маркетинговые, финансовые, управленческие аспекты; знание основ современных теорий и концепций в области бизнеса; понимание и корректное применение специальных терминов; использование различных источников информации для решения познавательных и практических задач.

Решать познавательные задачи в рамках изученного материала, отражающие типичные ситуации в сфере бизнеса. Оценивать тенденции экономических изменений в обществе. Применять полученные знания для характеристики сфер управления бизнесом.

Воспитательные – формирование ответственного отношения к предпринимательской деятельности, усвоение основных принципов этики бизнеса, ориентация на бережное отношение к использованию ресурсов и окружающей среде. Умение планировать собственную деятельность, анализировать сложившиеся практики и модели поведения в области ведения и управления бизнесом.

Развивающие – формулирование и аргументирование своей точки зрения, владение устной и письменной контекстной речью; умение находить, получать и обрабатывать информацию из различных источников, переводить информацию из одной знаковой системы в другую; осуществлять сравнение, сериацию и классификацию, самостоятельно выбирая для этого основания и критерии, умение использовать современные возможности коммуникации для поиска и обработки необходимой информации. Наблюдать и интерпретировать явления и события, происходящие в реальной жизни, с опорой на полученные знания.

Программа ориентирована на использование межпредметных связей, прежде всего, с такими общеобразовательными предметами, как экономика, финансовая грамотность, математика, обществознание, история.

Категория обучающихся по Программе:

Занятия проводятся в группах из обучающихся 16-17 лет. Количество обучающихся в группе от 7 до 25 человек. Учебно-тематический план рассчитан на 20 аудиторных занятий, 16 занятий самоподготовки, включающих 2 ч. итоговой работы.

3. 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.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН УЧЕБНОГО ПЛАНА

Тема 1. Планирование и проектирование будущего

Целевое планирование, Vision (визуализации будущего) декомпозиции, использование инструментов визуализации (построение Mind Map).

Тема 2. Поведение потребителя. Проектирование товара, критерии выбора потребителя. Сегментирование

Атрибуты потребительского выбора. Атрибутивный анализ (практикум). Проектирование товара, как набора полезностей. Позиционирование, таргетинг.

Тема 3. Товарные категории, их жизненный цикл

Понятие товарной категории. Динамика жизненного цикла категорий. Этапы жизненного цикла. Характеристика рынка и бизнеса на различных этапах жизненного цикла.

Тема 4. Механизмы ценообразования

Механика рыночного ценообразования. Атрибуты ценовых сегментов, понятие «входного билета». Ценовая стратегия. Анализ ценовой структуры ранка.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации (реклама, PR, директ-маркетинг, промо, ивенты, сайт, социальные сети)

Тема 6. Организация продаж

Последовательность действий в схемах продаж. Понятие lead, воронки продаж, конверсий. Количество взаимодействий и цена контакта. Понятие воронки и конверсии.

Учебно-тематический план

№ п/п	Тематическое содержание курса	Количество часов			Самост. работа	Формы аттестации / контроля
		всего	теория	практ.		
1	Планирование и проектирование будущего	6	2	2	2	
2	Проектирование товара, критерии выбора, сегментирование, позиционирование	8	2	2	2	
3	Товарные категории, их жизненный цикл	4	1	1	2	
4	Механизмы ценообразования	8	2	2	4	
5	Маркетинговые коммуникации (реклама, PR, директ-маркетинг, промо, ивенты, сайт, соцсети)	4	1	1	2	
6	Организация продаж	6	2	2	2	
7	Итоговая работа (зачет)					2
	Итого академических часов:	36	10	10	14	2

Примечание. Расчёт часов учебно-тематического плана представлен на:

- 6 учебных недель;
- одну учебную группу.

Материально-техническое обеспечение программы

Требования к помещению(ям) для учебных занятий: в соответствии с Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами СанПиН 2.4.4.3172-14 для организации учебного процесса.

Учебное помещение, отвечающее санитарно-гигиеническим требованиям и количеству обучающихся, мультимедийное и учебное оборудование, доступ в сеть Интернет. Учебная мебель должна быть приспособлена для перестановки в соответствии с задачами занятий.

Список литературы:

1. Андерхилл П. Почему мы покупаем, или как заставить покупать. - М.: Попурри, 2003
2. Желязны Д. Бизнес-презентация. Руководство по подготовке и проведению. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2012
3. Зобнина М.Р., Калмыков П.П., Еремеев А.А. и др. Интернет-предпринимательство. – М.: Просвещение, 2023
4. Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа. М.: Попурри, 2018
5. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. – СПб.: Питер, 2018
6. Макдональд М., Моррис П. Маркетинг. Иллюстрированный путеводитель по джунглям маркетинга. М.: Махаон, 1997
7. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Вильямс, 2016
8. Рис Э. Бизнес с нуля. -М.: Альпина паблишер, 4014
9. Стартап-гайд. Под ред. Зобниной М.Р. – М.: Альпина паблишер, 2019
10. Хибинг Р., Скотт К. Настольная книга директора по маркетингу. – М.: Эксмо, 2007
11. Черчилль В., Браун Т. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2007

Интернет-сайты:

12. <https://wordstat.yandex.ru/>
13. <https://mutagen.ru/>
14. <https://yandex.ru/>
15. <https://www.google.ru/>
16. <https://vk.com/lampamark>