

государственное бюджетное общеобразовательное учреждение Самарской области
средняя общеобразовательная школа «Образовательный центр» с.Александровка
муниципального района Большеглушицкий Самарской области

Согласовано:

на заседании ШМО

Протокол №1 от «26» 08
2024 г.

Руководитель МО

Тюмасева О.В. / Тюмасева О.В./

Проверено:

ответственный за
выполнение функций зам.
директора по УР

Пикало Г.В.

Пикало Г.В.

Протокол №1 от «27» 08
2024 г.

Утверждаю:

и.о.директора ГБОУ СОШ
«ОЦ» с.Александровка

Пикало Г.В.

Приказ № 165-од от «28» 08
2024 г.



**Программа элективного курса
по предпрофильной подготовке
«Основы маркетинга»**

Пояснительная записка

Настоящая программа предназначена для организации обучения по элективной дисциплине «Основы маркетинга» учащихся 9 класса.

Данный элективный курс направлен на приобретение школьниками образовательных навыков для успешного продвижения на рынке труда. Основа курса – практическая направленность занятий. Его содержание можно варьировать с учетом склонностей, интересов и уровня подготовленности учащихся. Реализация программы обеспечивает обязательные требования государственных образовательных стандартов.

Программа конкретизирует содержание предметных тем, дает примерное распределение учебных часов по темам курса, определяет набор самостоятельных и практических работ, выполняемых учащимися.

В настоящее время в нашей стране осуществляется переход к рыночной экономике. Для того чтобы выдержать конкурентную борьбу и достичь поставленных целей, учащимся необходимо овладеть практическими приемами описания экономических процессов, составления и анализа математических моделей.

Особое значение решение экономических задач может иметь в России с ее высокой математической культурой. Простейшие задачи иллюстрируют экономические концепции и модели, позволяют усвоить материал эффективнее, и как следствие изучать экономику и бизнес более фундаментально.

Содержание курса представляет собой попытку объединить задания на ознакомление с теоретическими понятиями и моделями, с примерами их практического приложения в условиях российской экономики с учетом реального статистического материала. Такое объединение обеспечивает тесную связь теории и практики при изучении экономической теории, что представляется особенно необходимым в современных условиях.

Содержание курса обеспечивает преемственность по отношению к основной школе путем углубленного изучения некоторых экономических и социальных объектов, изученных ранее. Наряду с этим вводится ряд новых, более сложных задач, понимание и умение решать которые необходимо современному человеку.

Источниками необходимой информации могут стать справочные учебные пособия, задачки, средства массовой информации, Интернет, что позволяет развивать информационную компетентность учащихся.

Освоение нового содержания осуществляется с опорой на межпредметные связи с курсами математики. Курс дополнен .

Основной целью курса является систематизация, обобщение и углубление знаний, полученных школьниками при изучении курса экономической теории, позволяющих оказать ученикам поддержку в принятии решений о выборе дальнейшего пути направления дальнейшего обучения и создания условий для повышения готовности подростков к социальному самоопределению.

Задачи:

- Познакомить учащихся с применяемым в экономике математическим аппаратом;
- Предоставить учащимся опыт коммуникативной, творческой, проектной деятельности (развитие соответствующих компетенций);
- Продемонстрировать применение экономических знаний в различных сферах деятельности;
- Подготовка учащихся к участию в интеллектуальных конкурсах по экономике различного уровня;
- Подготовка учащихся к сдаче единого государственного экзамена

В результате изучения элективного курса учащиеся должны:

Иметь представление об общих способах решения задач;

Понимать, что успех в предпринимательской деятельности зависит от способности понимать цифры, вести расчеты, принимать экономически обоснованные решения.

Научиться выполнять необходимые расчеты при вычислении основных экономических показателей, выполнять анализ данных, заданных в табличном и графическом виде; использовать специальную литературу, справочный материал и информационные ресурсы

Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

- Решения практических задач, связанных с жизненными ситуациями;
- Совершенствования собственной познавательной деятельности;
- Оценки происходящих событий и поведения людей в хозяйственной жизни;

Формами фиксации учебных достижений учащихся могут быть:

- Реферативные работы по одному или нескольким источникам информации, с высказыванием своей точки зрения по данному вопросу и представленные на обозрение на общественном смотре знаний;
- Проектные работы, представленные в виде задачникков по одной или нескольким темам изучаемого курса;
- Визуализация полученных знаний с помощью компьютерной техники

(презентации, анимационные ролики, веб-страницы и т.д.)

Учебные достижения учащимися могут быть представлены в конце изучения курса на общественном смотре знаний. Поскольку перечисленные формы являются продуктами творческой деятельности школьников, при их оценке следует учитывать не столько предметную составляющую, поскольку учащиеся пользуются литературными источниками при их подготовке, сколько адекватность содержания выбранной форме

представления информации, соответствие содержания заявленным целям и названию работы.

Система оценивания результатов обучения.

(использованы частично рейтинговая система оценивания и система портфолио)

Целью аттестации по данному элективному курсу является констатация личных достижений учащихся по освоению содержания, а также качественная оценка самостоятельно выполненных проверочных и творческих работ.

Если учащийся освоил теоретический материал курса, принял активное участие в практикумах, успешно выполнил проверочные работы, выполнил и защитил проект, продемонстрировал умение работать с различными источниками информации, научился работать в группах, находить и использовать информацию, презентовал результаты своей работы на общественном смотре знаний в любом доступном для него виде и набирает от 60 до 100 % от максимального количества баллов, то он получает зачет и сертификат о прохождении элективного курса с указанием всех результатов. В противном случае, учащийся получает незачет и является учащимся, прослушавшим элективный курс. Максимальное количество баллов и критерии оценивания разрабатываются учащимися на первых занятиях.

Содержание курса

Тема 1. Введение (1 час)

Цели и задачи изучения курса. Система оценивания. Разработка критериев оценивания. Основные понятия проектной деятельности. Алгоритм составления и оформления проектной деятельности.

Понятие «технология». Основные типы задач. Разработка алгоритма решения задач экономического содержания. Разработка памяток для решения задач, для защиты творческих работ. Основные понятия экономики.

Тема 2. Метод экономической науки. (1ч)

Альтернативная стоимость. Недополученная выгода. Вычисление альтернативной стоимости и недополученной выгоды в условных ситуациях. Применение альтернативной стоимости при принятии решений в условных примерах и простых жизненных ситуациях. Определять параметры равновесия, *вмененные затраты*.

КПВ. Строить, анализировать и применять КПВ в решении задач. *Применять закон возрастающих альтернативных затрат в решении задач.*

Тема 5. Поведение потребителя. (10 ч)

Вычислять и графически анализировать общую и маргинальную полезность. Определять характер взаимосвязи благ по форме кривой безразличия. Строить линии бюджетных ограничений, кривые безразличия и карты кривых безразличия. Находить

потребительское равновесия по заданным кривой безразличия и бюджетному ограничению.

Минимизировать затраты при достижении фиксированного уровня общей полезности и ценам благ. Вычислять и использовать предельную норму замещения.

Тема 11 Сущность современной концепции маркетинга (2 ч)

Содержание маркетинга. Базовые понятия маркетинга. Влияние спроса на стратегию маркетинга. Эволюция концепции управления маркетингом. Маркетинговая среда предприятия.

Тема 12. Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований. (2 ч)

Значение и классификация маркетинговой информации. Содержание и методика проведения маркетингового исследования.

Тема 13. Исследование потребностей. (2 часа)

Виды потребителей и их различия. Мотивы покупательского поведения на потребительском рынке. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке. Моделирование поведения предприятий-потребителей.

Тема 14. Планирование целевого рынка. (1 ч)

Что такое сегментация рынка? Признаки сегментации. Планирование стратегии сегментации рынков.

Тема 15. Планирование товара в системе маркетинга. (2 ч)

Определение товара в системе маркетинга. Классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Товарный знак. Упаковка и маркировка.

Тема 16. Разработка нового товара в системе маркетинга. (2 часа)

Понятие нового товара. Этапы разработки нового товара. Управление качеством и конкурентоспособностью товаров. Планирование товарной политики.

Тема 17. Планирование ценообразования в маркетинге. (1 час)

Тип рынка и конкурентная среда. Факторы, влияющие на формирование цены. Цели ценообразования. Методы ценообразования.

Тема 18. Планирование товародвижения и сбыта. (2 часа)

Формирование сбытовой стратегии. Понятие и функции каналов сбыта. Методы сбыта товаров.

Тема 19. Планирование маркетинговых коммуникаций. (4 часа)

Понятие маркетинговых коммуникаций (комплекс стимулирование, продвижения). Этапы разработки эффективных коммуникаций. Методы разработки бюджета продвижения. Юридические аспекты продвижения.

Тема 20. Характеристика элементов комплекса продвижения. (4 часа)

Характеристика рекламы. Пропаганда (PR). Стимулирование сбыта. Личные продажи.

Учебно-тематический план

№п/п	Тема	Кол-во часов	Форма занятия	Форма контроля
Введение. (2ч.)				
1.	Введение в курс.	1	Беседа, групповая работа	
2.	Метод решения и технология решения задач. Основные понятия.	1	Групповая работа	Отчет о работе группы
Поведение потребителя (10 ч.)				
3-4	Закон о защите прав потребителей	2	Семинар	Участие в семинаре
5-6.	Задачи принятия решений.	2	Практикум	Проверочная работа № 3 (20 минут)
7-8	Графическое и аналитическое решение задач	2	Интерактивный практикум	Отчет о практикуме
9-10	Задачи принятия решений.	2	Практикум	Проверочная работа № 3 (20 минут)
11-12	Графическое и аналитическое решение задач	2	Интерактивный практикум	Отчет о практикуме
Сущность современной концепции маркетинга (2 часа)				
13	Сущность маркетинга.	1	Практика	
14	Виды маркетинга	1	Групповая работа	Отчет о работе группы
Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований. (2 часа)				
15	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований.	1	Практика	

	Виды рекламы			
16	Интернет-маркетинг	1	Практика	
Исследование потребностей. (2 часа)				
17	Исследование потребностей.	1		
18	Пр.р. Исследование потребностей и составление отчета.	1	Групповая работа	Отчет о работе группы
Планирование целевого рынка. (1час)				
19	Планирование целевого рынка.	1		Проверочная работа № 5
Планирование товара в системе маркетинга. (2 часа)				
20	Планирование товара в системе маркетинга.	1		
21	Раскрутка товара	1	Групповая работа	Отчет о работе группы
Разработка нового товара в системе маркетинга. (2 часа)				
22	Разработка нового товара в системе маркетинга.	1		
23	Раскрутка нового товара	1	Групповая работа	Отчет о работе группы
Планирование ценообразования в маркетинге. (1 час)				
24	Планирование ценообразования в маркетинге	1		Проверочная работа № 6
Планирование товародвижения и сбыта. (2 часа)				
25	Планирование товародвижения и сбыта	1		
26	Стратегия маркетинга	1	Групповая работа	Отчет о работе группы
Планирование маркетинговых коммуникаций. (4 часа)				
27-28	Планирование маркетинговых коммуникаций.	2		
29-30	Стимулирование сбыта	2	Групповая	Отчет о работе

			работа	группы
Характеристика элементов комплекса продвижения. (4 часа)				
31-32	Характеристика элементов комплекса продвижения.	2	Групповая работа	Отчет о работе группы
33-34	Продвижение услуг	2		Проверочная работа № 7

Рекомендуемая литература

Для учителя:

Армстронг Г., Котлер Ф. Основы маркетинга/Пер. с англ. – Изд-во Вильямс, 2023

Басовский Л.Е. Маркетинг. Курс лекций - М.: Инфра-М, 2021

Практическое пособие к семинарским занятиям по экономической теории/Камаев В.Д. и др. – М.: Гуманит.изд.центр ВЛАДОС, 2022

Сайты Интернета:

http://www.it-n.ru/communities.aspx?cat_no=16830&lib_no=16968&tmpl=lib

<http://www.yourclients.ru/folder/vidy-reklamy>

Сайты Интернета:

<http://www.yourclients.ru/folder/vidy-reklamy>

<http://www.mazm.ru/>