

«Бекітемін»



Жібек жолы орта мектебі
директоры Жусупова М.Б.
«20» 04 2021 г.

Келісемін:
Согласовано

Оқу ісінң меңгерушісі
Алимова З.Б.
«27» 04 2021 г.

Әб отырысында
қаралды/ Рассмотрено
на заседании
протокол. № 1 МО
от «27» апреля 2021 г.
З.Б. Алимова

‘Тақырыптық – күнтізбелік жоспар Календарно-тематическое планирование Основы предпринимательства и бизнеса (пән/предмет)

Сынып 10

Класс

Мүгалім Досекеева Алия Бектемировна

Учитель

Тақырыптық жоспарды құрастырған

Тематическое планирование составил(а) Алия Бектемировна (қолы/подпись)

7	Предпринимательство в современных условиях	2.1 С чего начинается бизнес?	10.2.1.1 анализировать предпринимательство как экономическое явление; 10.2.1.2 знать факторы развития предпринимательства в современных условиях	1	13.11	№17
8	Предпринимательство и современных условиях	2.2 Виды предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательства	10.2.2.1 различать виды предпринимательской деятельности; 10.2.2.2 понимать роль МСБ в экономике государства, в том числе Казахстана; 10.2.2.3 различать организационно-правовые формы предпринимательства	1	20.11	№18,19,20
9	Предпринимательство в современных условиях	2.3 Старт-культура предпринимательства	10.2.3.1 описывать понятие стартапа; 10.2.3.2 различать стартап и действующий бизнес	2	27.11 04.12	№21,22,23
10	Предпринимательство в современных условиях	2.4 Инновации и тренды в предпринимательстве (мировые, региональные, молодежные)	10.2.4.1 понимать географическо-региональную особенность развития предпринимательства в Казахстане; 10.2.4.2 распознавать современные тенденции предпринимательства, в том числе в Казахстане; 10.2.4.3 анализировать прогнозы трендов предпринимательства на будущие периоды времени	2	11.12 18.12	№24,25,26
11	Предпринимательство в современных условиях	2.5 Развитие конкуренции в современных условиях	10.2.5.1 описывать примеры ценовой и неценовой, совершенной и несовершенной конкуренции; 10.2.5.2 описывать виды конкурентных стратегий и конкурентов; 10.2.5.3 приводить доводы о целесообразности применения ценовой и неценовой конкуренции	1	25.12	№27,28,29
12	Предпринимательство в современных условиях	2.6 Ценообразование – сущность и функции цены как экономической категории	10.2.6.1 понимать сущность и функции цены как экономической категории; 10.2.6.2 описывать структуру ценообразования; 10.2.6.3 понимать сущность ценовой политики; 10.2.6.4 различать ценовые стратегии	1	25.12	№30,31,32
III-четверть						
13	Маркетинг в действии	3.1 Введение в маркетинг	10.3.1.1 объяснять понятие и функции маркетинга; 10.3.1.2 различать маркетинговую стратегию продукта и предприятия	1	15.01	№33
14	Маркетинг в	3.2 Маркетинг-микс	10.3.2.1 понимать состав маркетинг-микса 4Р, 4С;	1	22.01	№34

29

	действия	10.3.2.2 различать формат применения 4P, 4C.			
15	Маркетинг в действиях	3.3 Кабинетные и полевые исследования 10.3.3.1 описывать различия между полевыми и кабинетными исследованиями; 10.3.3.2 применять методологию полевых и кабинетных исследований	1	29.01	№35,36,37
16	Маркетинг в действиях	3.4 SWOT-анализ 10.3.4.1 понимать назначение SWOT-анализа; 10.3.4.2 применять на практике SWOT-анализ при оценке сильных и слабых сторон изучаемого продукта	1	05.02	№38,39
17	Маркетинг в действиях	3.5 Целевая аудитория, сегментирование 10.3.5.1 понимать сущность и принципы сегментации потребителя; 10.3.5.2 определять потребности определенной целевой аудитории	1	12.02	№40,41
18	Маркетинг в действиях	3.6 Бренд 10.3.6.1 знает основные составляющие бренда; 10.3.6.2 различает описательную и творческую плоскость бренда; 10.3.6.3 применяет навыки для описания платформы бренда	1	19.02	№42,43,44
19	Маркетинг в действиях	3.7 Маркетинговые коммуникации 10.3.7.1 различать комплекс маркетинговых коммуникаций ATL, BTL; 10.3.7.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством ATL, BTL	2	26.02-05.03	№45,46,47,48
20	Маркетинг в действиях	3.8 Онлайн маркетинговые коммуникации 10.3.8.1 понимать сущность цифрового маркетинга; 10.3.8.2 составлять план доведения ценности изучаемого продукта/услуги до конечного потребителя посредством цифрового маркетинга	2	12.03	№49,50,51,52
IV-четверть					
21	Дизайн мышления	4.1 Введение в дизайн-мышление 10.4.1.1 понимать сущность дизайн-мышления; 10.4.1.2 понимать, где он может применить навыки дизайн-мышления; 10.4.1.3 сравнивать преимущества подходов дизайн-мышления по сравнению с традиционными способами поиска бизнес-идей и организации бизнес-процессов	1	02.04	№53,54
22	Дизайн мышления	4.2 Эмпатия 10.4.2.1 уметь определять группы пользователей, которых затронет проект, прямо или косвенно;	2	09.04-16.04	№55,56,57

		10.4.2.2 понимать принципы эмпатии и уметь применять их на практике; 10.4.2.3 уметь составлять интервью и правильно организовывать последовательность вопросов			
23	Дизайн мышления	4.3 Анализ и синтез	10.4.3.1 уметь обозначать и описывать проблему; 10.4.3.2 определять наиболее значимые выводы, полученные из интервью; 10.4.3.3 выделять важные фрагменты информации и эффективно оформлять их для дальнейшего использования; 10.4.3.4 группировать полученную во время интервью информацию	1	23.04 №58,59,60
24	Дизайн мышления	4.4 Генерация идей	10.4.4.1 понимать принципы и необходимость брейнсторминга; 10.4.4.2 знать правила проведения брейнсторминга и уметь соблюдать их; 10.4.4.3 знать и следовать этапам брейнсторминга 10.4.4.4 систематизировать высказанные идеи и выбирать наиболее перспективные	1	30.04 №61,62,63
25	Дизайн мышления	4.5 Прототипирование	10.4.5.1 понимать и объяснять принципы прототипирования; 10.4.5.2 применить основные методы прототипирования	1	14.05 №64,65
26	Дизайн мышления	4.6 Тестирование	10.4.6.1 понимать значимость тестирования для дизайна, ориентированного на человека; 10.4.6.2 осознавать значимость обратной связи о решении и возможность еще глубже развить эмпатию; 10.4.6.3 оценивать возможности применения полученных идей на практике	1	21.05 №66,67
27	Дизайн мышления	4.7 Сторителлинг	10.4.7.1 понимать принципы сторителлинга для описания процесса продвинутой работы 10.4.7.2 анализировать все знания, полученные во время работы с дизайн-мышлением, сделать выводы и аргументировать, будет ли он применять данные принципы в дальнейшем	1	21.05 №68
	Итого			34	