

ИЗУЧЕНИЕ ЭКОНОМИКИ КАК СПОСОБ СОЦИАЛИЗАЦИИ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Елена Чарушина,
учительница
экономики школы
№ 41, г. Кострома

Один из серьёзных недостатков преподавания экономики в школе — недостаточная связь предмета с жизнью. Зачастую уроки сводятся к лекциям по теории, тогда как школьный курс по этому предмету должен, прежде всего, научить ребят ориентироваться в условиях рыночной экономики — знать свои права и уметь ими пользоваться. Поэтому, на наш взгляд, в основу экономического образования в школе должен быть положен *деятельностно-ориентированный* подход, суть которого — в формировании у ученика не только знаний, но и умений применять их на практике.

В обучении, основанном на этом подходе, мы выделяем несколько этапов:

- *информационный* — просвещение учащихся в области теории экономики (усвоение понятийного аппарата, основных экономических законов, терминологии, исторических аспектов развития экономики);
- *проектный* — поиск, анализ, синтез и использование информации (формирование способности к конструктивному мышлению, к принятию решений и готовности брать на себя ответственность и инициативу);
- *практический* — применение знаний и умений (ребята разрабатывают бизнес-планы, организуют собственное дело в рамках программы «Школьная компания», играют в компьютерную игру «Моделирование экономики и менеджмента»).

В процессе обучения мы стремимся использовать активные методы обучения — практикумы, экономические лаборатории, деловые игры, конкурсы. Курс «Экономика» для 10–11-х классов (см. табл. 3) рассчитан на 55 часов (дополнительно 5 часов выделяется на повторение, 3 часа — на решение задач, 5 часов — на основы потребительских знаний).

Приведу в качестве примера несколько конкретных уроков.

Тема урока: «Типы экономических систем»

Цель урока: построить здания, которые соответствуют типам экономических систем. На основе самостоятельной работы учеников выделить типы экономических систем, их преимущества и недостатки.

Основные понятия: рыночная, командная и традиционная системы экономики, распределительная система, дефицит, госплан, ценообразование.

Материалы и оборудование: имитация строительного материала, на отдельных частях которого написаны разные признаки экономических систем. Материалы о разных экономических системах.

Ход урока

В начале урока учитель делает небольшое вступление: «Представим экономику как одно большое здание. Любое здание состоит из таких частей, как фундамент, стены и крыша. Каждая часть здания выполняет определённые функции: крыша — защита, фундамент — основа здания, стены — это само здание. И в экономической системе есть основа (фундамент), защита со стороны государства (крыша), есть основные признаки, характерные для данной системы (стены).

Сейчас мы построим два здания: одно — рыночной экономики, другое — командно-административной».

Слушаю — забываю,
смотрю — забываю,
делаю — понимаю.

Конфуций



Таблица 1

После этого можно приступать к групповой работе. Класс делится на три группы: «строители», «аналитики», «эксперты». Школьники-«строители» должны найти стройматериалы для рыночной и командно-административной экономики, определить функции государства, выделить основные признаки каждой из систем. «Аналитики» изучают материалы и оценивают правильность выполнения задания школьниками 1-й группы. «Эксперты» дают оценку типам экономических систем.

Строительным материалом служат карточки, на которых написаны признаки экономических систем. После выполнения задания школьники делают выводы: «строители» — о слабых местах построенных зданий (маленький фундамент, большая крыша командно-административной системы и маленькая крыша рыночной экономики), «эксперты» — о слабых местах экономических систем (большой риск рыночной экономики, дефицит и проблема планирования командно-административной системы).

Используя материалы об экономических системах и знаниям, ребята заполняют таблицу (см. табл. 1).

Заполнив таблицу, школьники могут ответить на вопросы: В чём основное отличие государственной собственности от частной? Почему в плановой экономике одна из самых сложных проблем — качество товаров?

Вывод

Каждое общество при построении экономической системы отвечает на следующие фундаментальные вопросы:

1. Что из товаров и услуг должно быть произведено?
2. Как должны быть произведены товары и услуги?
3. Кто получит эти товары и сможет воспользоваться этими услугами?

В зависимости от решения этих вопросов в обществе складывается традиционная, командная или рыночная эконо-

Вопросы	Рыночная экономика (владелец фирмы)	Плановая экономика (директор завода)
1. Какие решения может принимать	(любые, в том числе экономические)	(только в рамках полномочий, данных ему государством)
2. Каковы его главные интересы	(получение максимальной прибыли)	(выполнение плана)
3. Что он делает, чтобы добиться своей цели	(изучает спрос, снижает затраты, улучшает качество и т.д.)	(наращивает производство в погоне за количеством, не думая о качестве. Возможны даже «приписки»)

мическая система. В традиционной системе ресурсы распределяются согласно устоявшимся обычаям, в командной — плановиками из правительства, в рыночной экономике — согласно законам спроса и предложения.

Тема урока: «Реклама и её регулирование»

Цель урока: научить ребят выделять из рекламного сообщения полезную информацию, отделять достоинства рекламного сообщения от достоинств рекламируемого продукта, критически относиться к рекламе.

Основные понятия: реклама, рекламное преувеличение, недобросовестная реклама, регулирование рекламы.

Материалы и оборудование: таблица «Виды рекламы», примеры наглядной рекламы, схема «Органы, регулирующие рекламу».

Ход урока

Учитель задаёт школьникам вопрос: «Как вы думаете, пользу или вред приносит реклама?»

После ответов учеников учитель ставит цель урока — понять, что такое реклама и как к ней следует относиться.

Вначале рекомендуется рассмотреть историю рекламы, предварительно поручив одному из учащихся подготовить сообщение о возникновении рекламы. Выступающему с сообщением ученику учитель предлагает ответить на вопросы: Что такое реклама? Причины возникновения рекламы? Как менялись виды и формы рекламы?

Далее можно организовать диспут о достоинствах и недостатках рекламы.

Достоинства

1. Реклама обеспечивает потребителей информацией о ценах и новых видах товаров и услуг.
2. Реклама одних товаров часто приводит к снижению цен других.
3. Реклама стимулирует конкуренцию и от этого выигрывает потребитель.



4. Доход от рекламы оплачивает большую часть расходов средств массовой информации.

5. Реклама приносит пользу экономике в целом, стимулируя потребительский спрос.

Недостатки

1. Реклама часто вводит в заблуждение покупателей.

2. Финансовые затраты на рекламу увеличивают стоимость товаров.

3. Потребителей побуждают тратить деньги на товары, которые им в действительности не нужны.

4. Средства массовой информации зависят от рекламодателей, что ограничивает свободу СМИ.

Учитель знакомит школьников с видами рекламной стратегии:

- Апелляция к разуму. Чтобы убедить потребителя купить продукт, реклама взывает к его логике и разуму. (*Наше печенье содержит на 25% меньше калорий, чем печенье других фирм.*)

- Лозунги. Реклама часто использует звучные фразы, которые ничего не выражают. (*Не тормози, сникерсни!*)

- Апелляция к эмоциям. Реклама воздействует на психологию потребителей. При этом производители рекламы используют такие способы, как клятвенные заверения (обычно в рекламе такого типа известные люди рекламируют товары), эффект стадности (реклама заверяет, что все, кроме вас, уже пользуются этим продуктом), популярность (этот тип рекламы заверяет, что с помощью данных товаров можно добиться успеха в жизни или найти любимого человека). Ребятам предлагается привести примеры из современных рекламных роликов на все виды рекламной стратегии.

Чтобы оградить потребителя от негативных воздействий рекламы, государство вынуждено предпринимать меры по её регулированию. Существуют специальные органы, контролирующие рекламную деятельность: Государственный антимонопольный комитет, органы саморегулирования рекламы, общества потребителей. (Вывешивается схема «Органы, регулирующие рекламу».) Существует и закон, в котором чётко прописаны правила рекламы:

1. Конкретность (реклама — это не хвалебные слова товару, а предложение: купи именно этот товар, получишь конкретную выгоду).

2. Уникальность (предложение должно быть таким, какого нет у конкурента).

3. Корректность по отношению к конкуренту.

4. Краткость и чёткость (бесполезно перечислять десять достоинств товара, потребитель может запомнить один-два).

5. Содержание рекламы должно меняться в зависимости от продвижения товара на рынке. Необходимо подчеркнуть, что на рекламу лекарств, табачных и спиртных изделий введены ограничения.

(Ребятам даётся задание: одна группа придумывает рекламу, где нарушено одно из перечисленных правил, а другая группа должна найти ошибку.)

Вопрос о видах рекламы рассматривается с помощью таблицы (табл. 2).

Таблица 2
Расходы на рекламу в 2002г.

Тип рекламы	Расходы	
	млн руб.	%
Газетная	332 281	25
Телереклама	28 405	22
Реклама, рассылаемая по почте	23 370	18
Радиореклама	8726	7
Журнальная	6803	5
Другая	19 914	16

Ознакомившись с таблицей, школьники должны ответить на вопросы: Каковы наиболее важные виды рекламы? Что подразумевается под другими видами рекламы? Какая реклама вам больше импонирует и почему?

Скрытая реклама часто содержится в программах новостей, в рассказах независимых журналистов, в интервью с руководителями фирм, выпускающих различные продукты. Хорошо сделанную скрытую рекламу выявить очень сложно. Существует и так называемая «подсознательная реклама» (25-й кадр).

Одна из форм подсознательной рекламы — упаковка.

Вопросы к классу

Каким образом упаковка влияет на покупателя?

Как упаковка влияет на «продажную цену» и на продвижение товара на рынке?

Как изменилась упаковка товаров в последние годы?

Какие недостатки упаковки вы можете назвать?

Можно ли обойтись без рекламы?

Вывод

Присутствие рекламы на рынке товаров и услуг обусловлено системой свободного предпринимательства и частной собственности. Учитывая пользу, которую приносит обществу реклама, запрещать её нельзя. А негативное воздействие рекламы на потребителя можно уменьшить, выработав правильное к ней отношение.

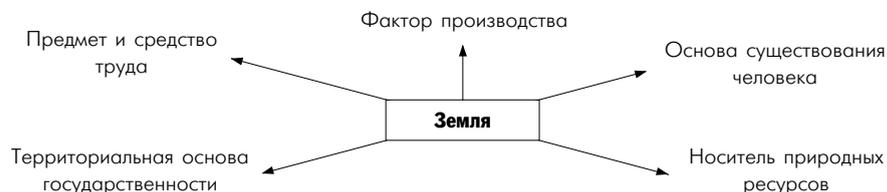


Практикум «ЗЕМЕЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ»

Класс делится на три группы. Каждая группа получает задание и в конце урока отчитывается о его выполнении.

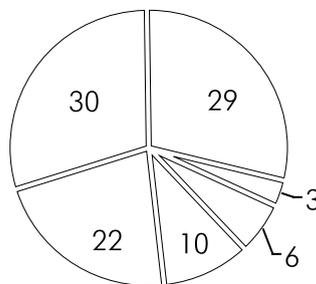
Тема 1-й группы: «Земля — основа жизнедеятельности людей»

Школьникам предлагается схема, на основе которой они должны разъяснить функции земли и определить, в какие сферы экономики включена земля.



Тема 2-й группы: «Распределение сельскохозяйственных угодий по видам собственности»

Изучив предложенную схему, ребята дают характеристику новой системе землевладения и отвечают на вопросы:
Что нового появилось в системе землевладения?
Можно ли считать, что в аграрном секторе экономики существует многоукладность?



- 30% — предприятия, где земли не приватизированы.
- 29% — собственность земельных долей в колхозах и товариществах.
- 22% — земли лесного фонда (имеют природоохранное значение).
- 10% — государственный земельный запас.
- 6% — крестьянские фермерские хозяйства.
- 3% — личные подсобные хозяйства.

Тема 3-й группы: «Пути дальнейших преобразований в аграрном секторе»

Школьники изучают меры, которые предлагают сторонники рыночного и государственного регулирования, отмечают их положительные и отрицательные стороны.

Сторонники рыночного регулирования	Сторонники государственного регулирования
Предоставление землевладельцам государственных гарантий.	Устранение диспаритета цен за счёт государственного фонда компенсаций.
Создание условий для развития фермерских хозяйств.	Проведение льготной кредитной политики.
Дальнейшая приватизация.	Снижение налогов на сельскохозяйственное производство.
Свободный выход из колхозов.	Увеличение таможенных пошлин на импортную сельскохозяйственную продукцию.
Проведение банкротств убыточных сельскохозяйственных предприятий.	Дотации.
Развитие конкуренции, организация земельного рынка.	Установление квот на импорт.

Проанализировав таблицу, ребята смогут ответить на вопрос: Каким образом должны регулироваться аграрные отношения — рыночным или государственным? А также оценить предлагаемые каждой стороной меры по таким критериям, как степень необходимости, возможные последствия, общественные затраты на проведение.

Чтобы приблизить школьников к ситуациям, характерным для рыночной экономики, целесообразно в учебный процесс включать игровые моменты.



Игра «Рыночная цена»

Игра проводится с десятиклассниками. По времени занимает два академических часа.

Цель: ознакомить с механизмом образования цен на рынке, выявить показатель «средняя рыночная цена».

Участники: учитель и два помощника, продавцы (2–3 ученика), покупатели (ученики).

Цель продавцов — получить как можно больше прибыли.

Каждому продавцу выдаётся ведомость:

№	Наименование товара	Кол-во товара	Реализация товара	Цена товара (в руб.)	Выручка (в руб.)
1.	Хлеб	60 кг			
2.	Молоко	40 л			
3.	Мясо	20 кг			
4.	Яблоки	20 кг			

Выдавать товар можно фишками или чеками. Продавцы могут изменять или сохранять первоначальную цену товара. Допускается использование рекламы. После продаж продавцы определяют среднюю цену товара:

$$\text{Цена} = \frac{\text{цена} \times \text{количество проданного товара}}{\text{первоначальное количество товара}}$$

Лучшим считается тот продавец, который смог реализовать весь товар, получив при этом максимальную выручку. Непроданные товары оцениваются в средних ценах рынка, уценяются на 50% и прибавляются к выручке.

Покупатели получают одинаковое количество денег. Цель — купить как можно больше товаров, истратив как можно меньше денег. Победитель среди покупателей определяется на основе сопоставления суммарной стоимости покупки каждого товара в средних ценах рынка.

По всем предметам заполняется общая ведомость:

№ продавца	Хлеб (выручка, руб.)	Кол-во	Молоко (выручка, руб.)	Кол-во	Мясо (выручка, руб.)	Кол-во	Яблоки (выручка, руб.)	Кол-во
1.	118,50	60						
2.	120,00	50						
3.	115,00	60						

И далее двумя способами вычисляется средняя рыночная цена:

$$1. \text{ Рыночная цена} = \frac{\text{выручка всех продавцов}}{\text{всё количество товара}}$$

$$2. \text{ Рыночная цена} = \frac{\text{средняя цена товара у каждого продавца}}{\text{кол-во продавцов}}$$

В конце игры подводятся итоги, анализируется механизм образования рыночной цены.

Тема урока: «Деньги»

Цель урока: на основе групповой работы уяснить сущность денег и денежного обращения.

Основные понятия: наличные и безналичные деньги, функции денег, валюта, бартер.

Материалы и оборудование: карточки с заданиями для групп, схемы «Виды денег» и «Функции денег».

Ход урока

Учитель: «Сегодня речь пойдёт о том, с чем мы знакомы с детства, — о деньгах. Казалось бы, мы всё о них знаем, умеем их использовать. И всё-таки давайте подумаем, что мы можем узнать на уроке нового о деньгах? (Записывает на доске вопросы, которые задают ученики.)



Сейчас вы сами попытаетесь ответить на эти вопросы. Сначала вы будете генераторами идей. Вам будут даны вопросы, на которые вы должны ответить, опираясь только на свой жизненный опыт. Далее вы выступите в роли аналитиков. Вам будет дан дополнительный материал, с помощью которого вы внесёте в свой ответ необходимые коррективы. Дополнительно вы получите карточку с одним вопросом. В итоге на этот последний вопрос должен ответить представитель каждой группы. А группа экспертов подведёт итог, сделав выводы по всем вопросам, рассматриваемым на уроке».

Перед началом групповой работы выступает один из школьников с сообщением «Из истории денег», которое содержит ответы на вопросы:

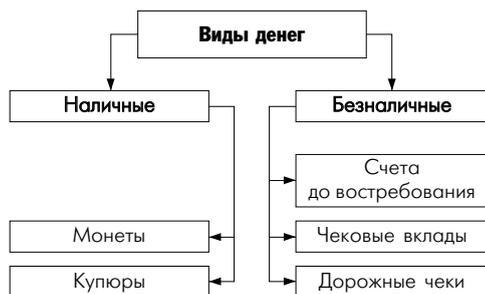
Что было первой формой обмена?

В каких странах, какой товар становился деньгами?

Что было первой формой денег на Руси?

Когда и где впервые появились бумажные деньги?

После работы в группах и выступлений ребят эксперты оценивают правильность выводов, учитель по ходу урока делает свои комментарии. В итоге у ребят формируются следующие понятия: *деньги* (это всё, что принимается всеми в обмен на любые товары и услуги), *функции денег* (средство обмена, средство измерения, средство накопления), *признаки денег* (портативность, долговечность, делимость, отличимость), *валюта* (любая денежная единица при использовании для обслуживания международных отношений).



Карточки для групповой работы

Генераторы (1-я группа). Задание. Ответить на вопрос: Почему в данных странах именно этот товар стал деньгами: в Америке — ватпум (ракушки), на Аляске — золотой песок, у кочевых народов — скот? (*Этот товар всеми ценился и его количество достаточно для того, чтобы обеспечить товарообмен.*)

Аналитики (2-я группа). Задание. Могли бы ледяные кубики стать денежной единицей в Америке? (*Нет, так как они недолговечны.*) Мог бы стать деньгами товар, редкий в данной местности? (*Нет, так как он не мог бы обеспечить все сделки.*) Какими тремя признаками обладал товар, стихийно выделившийся в качестве денег у разных народов (*1. Представлял ценность в глазах всего общества. 2. Был в достаточном количестве. 3. Обладал долговечностью.*)

Генераторы (3-я группа). Задание. Ответить на вопрос: Почему шар для кегельбана не может быть деньгами? (*Он неудобен в обращении.*)

Аналитики (4-я группа). Задание. Ответить на вопрос: Какие качества золота сделали его денежной единицей? (*Долговечность, ценность, достаточное количество.*)

Генераторы (5-я группа). Задание. Ответить на вопрос: Какие функции выполняют деньги?

Аналитики (6-я группа). Задание. Определить функции денег:

1. Единственное их занятие — торговля соболями, белками и прочими мехами, которые они продают покупателям, получают назначенную цену деньгами. А покупают они в основном восточное монетное серебро и рабов. (*Средство обращения.*)

2. Если в Скандинавии средняя цена за рабыню составляла 1 марку серебра, то на рынках Византии она была в несколько раз выше. За 3 марки серебра можно было купить или рабыню, или хорошего скакуна. (*Средство измерения.*)

3. В руках воинов-купцов, разбогатевших за счёт выгодных торговых операций, постепенно накапливались значительные сокровища (*Средство накопления.*)

Составление «Бизнес-плана»

При выполнении задания ученикам необходимо, во-первых, показать свои знания по экономике; во-вторых, проявить творчество; в-третьих, почувствовать себя предпринимателем.

Часто, выполняя это задание, школьники понимают, кто из них сможет стать предпринимателем, а кто усвоит лишь основы экономической теории. В процессе разработки бизнес-плана (а это процесс длительный, на его выполнение отводится 2 месяца) ребятам надо добыть необходимую информацию, ознакомиться с работой разных фирм, выяснить цены на интересующие их материалы, провести социологические опросы. Практика показывает, что они, как правило, так увлекаются этой работой, что под-



ключают к её выполнению своих родственников и знакомых. Составив бизнес-план, ученики приходят к выводу, что, прежде чем открыть своё дело, необходимо чётко сформулировать цель, просчитать затраты и вложить определённую сумму денег.

Приведу примерные пункты бизнес-плана:

1. Что будет производиться (оценить наличие потребности; указать, чем этот товар отличается от подобных; изобразить продукцию; определить примерную цену, затраты, прибыль).

2. Оценка рынка сбыта (кто ваш покупатель; по какой цене потребитель готов приобрести данный товар или услугу).

3. Оценка конкуренции (кто производит аналогичную продукцию, насколько стабильно состояние производителей аналогичной продукции; охарактеризовать их продукцию, уровень и политику цен).

4. Маркетинг (разработать схему распределения товара, процесс ценообразования, рекламу, методы стимулирования затрат).

5. План производства продукции (товар будет изготавливаться на действующем оборудовании или будет закупаться новое; какова будет организационная структура фирмы; кто будет работать на производстве и поставлять сырьё; какова будет оплата труда).

6. Юридический план (форма собственности, оценка риска).

7. Составление финансового плана (баланс денежных расходов, таблица доходов и затрат, разработка графика безубыточности).

8. Стратегия финансирования (сколько денег надо для реализации проекта, где взять эти деньги, когда можно ждать возвращения этих средств).

Разрабатывая «Бизнес-план», старшеклассники на доступном им уровне вырабатывают, принимают и реализуют решения в предпринимательской деятельности.

Наш опыт показывает, что изучение экономики на основе деятельностно-ориентированного подхода формирует умения, навыки и модели поведения, жизненно важные для молодых людей, вступающих в жизнь.

Таблица 3

Тематическое планирование по курсу «Экономика», 10–11-е классы

Программа курса «Экономика»	Кол-во часов	Основное содержание	Знания	Умения	Навыки	Методы активизации учащихся	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6	7	8
Введение в экономику	1	Экономика как хозяйственная деятельность, экономика как наука. Главные вопросы экономики	Знать термин: экономика	Объяснять роль экономики в жизни общества		Эвристическая беседа	
Потребности и ресурсы	2	Потребности и их классификация. Ресурсы и их виды. Доходы, получаемые собственниками ресурсов	Знать термины: потребности, факторы производства, редкость ресурсов	Применять закон убывающей предельной полезности. Определять, какие ресурсы участвовали в производстве определённого товара	Различать ресурсы и факторы производства	Практикум «Принцип рациональности»	Экономическая лаборатория «Изучение факторов производства»
Альтернативная стоимость	1	Проблема ограниченности и выбора. Цена выбора	Знать термин альтернативная стоимость	Решать задачи на определение альтернативной стоимости	Оценивать любое экономическое решение через альтернативную стоимость		Экономическая лаборатория «Принятие решений»
Кривая производственных возможностей	1	Экономические возможности страны, проблема выбора	Знать принципы распределения	Оценивать возможности страны по графику	Строить кривую производственных возможностей		Работа с графиками



1	2	3	4	5	6	7	8
Типы экономических систем	1	Рыночная, командная и традиционная системы	Знать типы экономических систем	Выделять основные признаки экономических систем. Сравнить рыночную и плановую экономики	Определять тип экономической системы	Деловая игра «Строительство зданий»	
Спрос	3	Спрос, величина спроса, кривая спроса. Закон спроса. Неценовые факторы, влияющие на изменение спроса	Знать термины: спрос, величина спроса, эластичность спроса	Применять закон спроса. Строить кривую спроса	Определять на графике кривую спроса		Экономические лаборатории: «Анализ изменения спроса» и «Изучение эластичности спроса»
Предложение	2	Предложение, величина предложения	Знать термины: предложение, величина предложения, эластичность предложения	Применять закон предложения, строить кривую предложения	Определять кривую предложения на графике		Работа с графиками предложения
Рыночное равновесие	2	Равновесная цена. Дефицит. Избыток	Знать термины: дефицит, избыток	Объяснять связь цены со спросом и предложением	Определять рыночную цену на графике	Деловая игра «Рыночная цена»	Экономическая лаборатория «Проблемы спроса, предложения и рыночная цена»
Виды рынков. Конкуренция	3	Рынок товаров и услуг, факторов производства, ценных бумаг. Основные типы структур рынка	Знать термины: рынок, конкуренция, олигополия, монополия	Характеризовать конкуренцию	Определять вид рынка		Решения задач на определение вида рынка
Торговля и её формы	2	Оптовая и розничная торговля, ярмарки. Правила торговли	Знать термины: опт, розница	Характеризовать формы торговли			Сообщения и рефераты
Маркетинг. Реклама	1	Путь товара от производителя к потребителю. Правила рекламы	Знать термины: рекламное преувеличение, маркетинговая стратегия	Приводить примеры маркетинговой стратегии		Эвристическая беседа с анализом современной рекламы	Изготовление собственной рекламы
Биржевая торговля	1	Особенности биржевой торговли. Биржевые сделки	Знать термины: биржа, брокер, дилер	Характеризовать особенности биржевой торговли	Определять виды сделок на бирже		
Деньги и денежное обращение	3	Виды денег. Функции денег. Уравнение обмена И. Фишера	Знать термины: деньги, денежная масса. Скорость оборота денег	Характеризовать виды денег. Применять уравнение обмена И. Фишера	Определять функции денег	Работа по группам	Решение задач

1	2	3	4	5	6	7	8
Инфляция	2	Причины и виды инфляции. Основные показатели инфляции	Знать термин: инфляция	Объяснять причины инфляции	Вычислять коэффициент инфляции		Экономическая лаборатория «Индекс потребительских цен»
Банки	2	Банки и их функции. Кредитные и депозитные операции. Механизм получения банковской прибыли	Знать термины: банк, кредит, счёт, ипотека, активы. Пассивы	Характеризовать банковскую систему России	Вычислять банковский процент	Экскурсия в местный банк	Решение задач
Малый бизнес	5	Плюсы и минусы малого бизнеса. Формы малого бизнеса. Акционерные общества	Знать термины: товарищество, корпорация, собственность	Сравнивать основные формы собственности	Отличать малый бизнес от крупного	Деловая игра «Акционерное общество»	Психологические тесты на оценку качеств предпринимателя
Издержки, выручка, прибыль	3	Производство, затраты на производство. Виды издержек. Экономическая и бухгалтерская прибыль	Знать термины: прибыль, доход, издержки	Характеризовать бухгалтерскую и экономическую прибыль	Определять виды издержек	Практикум по расчёту затрат на производство	
Основы менеджмента	2	Сущность менеджмента и этапы его развития. Структура и функции управления	Знать термин: менеджмент	Характеризовать структуры управления		Деловая игра «Управленческие решения»	Составление «Бизнес-плана»
Рынок труда	2	Особенности рынка труда. Механизмы формирования заработной платы	Знать термины: оклад, тариф	Называть механизмы формирования заработной платы	Выделять особенности рынка труда	Работа с диаграммами «Современные тенденции в развитии производительных сил»	Составление резюме» для поиска работы
Безработица и её социальные последствия	2	Уровень безработицы, уровень занятости. Виды безработицы: фрикционная, структурная, циклическая	Знать термин: безработица	Объяснять причины безработицы	Определять виды безработицы	Беседа на тему «Безработные члены моей семьи»	Экономическая лаборатория «Как рыночные и нерыночные силы определяют уровень безработицы»
Государство и экономика	2	Несостоятельность рынка. Общественные блага. Методы воздействия государства на экономику	Знать термины: монетаризм, кейнсианство	Сравнивать государственное и рыночное регулирование	Определять методы воздействия государства на экономику.	Дискуссия на тему: «Насколько государство должно вмешиваться в экономическую жизнь страны»	
Государственный бюджет и налоги	2	Налоговая система, бюджет и его структура	Знать термины: налоги, бюджет, профицит	Характеризовать налоговую структуру России	Различать прогрессивный, регрессивный, пропорциональный виды налогов		Экономическая лаборатория «Налоги»





1	Внутренний национальный продукт	2	2	Знать термины: ВВП, прожиточный минимум	5	6	7	8
Особенности производства в с/х	3	3	3	Знать термины: аренда, фермерство	Характеризовать критерии уровня благосостояния	Выделять экономические функции земли	Практикум «Земельная собственность»	Экономическая лаборатория «Законы абсолютного и относительного преимущества»
Мировая экономика	2	2	2	Знать термины: пошлина, квота, торговые барьеры, экономическое пространство	Объяснить взаимосвязь всех стран в мировой торговле	Определять относительное и абсолютное преимущество в международной торговле	Сообщения, рефераты	Сообщения, рефераты
Глобальные проблемы экономики	2л	2л	2л	Знать термины: экономический рост, глобальные проблемы	Приводить примеры глобальных проблем, возникающих в результате экономической деятельности человека	Выделять оценочные суждения по проблемам	Деловая игра «У озера»	Сообщения, рефераты

УЧИМСЯ ДЕЙСТВОВАТЬ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ И РИСКА

Любовь Антипенко,

заместитель директора по учебно-воспитательной работе Техникума менеджмента и бизнеса

Эффективность профессиональной деятельности будущих выпускников во многом определяется их профессиональной подготовкой, качеством образовательного процесса. Российская экономика нуждается в специалистах предпринимчивых, деловых, умеющих быстро адаптироваться к изменяющимся условиям, способных к риску, самостоятельному выбору сферы деятельности, принятию ответственных решений. Для накопления управленческого опыта, близкого к реальному, в учебном процессе мы используем имитационные игры.

Они достаточно полно имитируют существующую действительность; создают динамичные организационные модели; более интенсивно побуждают к достижению намеченных целей. При изучении курса экономических дисциплин используется деловая имитационная игра «Дельта». Главная её цель — научить учащихся управленческим навыкам, направленным на получение опыта принятия решений в рамках имитационной модели промышленного предприятия, а именно таким, как:

- потеря доли рынка;
- потеря прибыли;
- неполучение (потеря) государственного заказа;
- прямые убытки — потеря денег, вложенных в дело;
- банкротство (прямое разорение, включая потерю имущества).

Например, учащийся ставит задачу — максимизировать массу прибыли. При этом он выдвигает гипотезу, что если увеличить долю рынка, то при прочих равных условиях прибыль фирмы увеличится. Для этого он должен исследовать другие факторы внутренней и внешней среды своей фирмы (стабильность количества работающих, изменения в конкурентной среде и т.д.), рассмотреть все возможные варианты изменения ситуации и выбрать наилучшее решение.

Продолжение на с. 193