



Введение основ
предпринимательской деятельности
в рамках *учебного плана и
внеклассных мероприятий* с
основой на командо-образование и
социальное партнёрство

**Что такое
предпринимательская
деятельность?**

Предпринимательство (*предпринимательская деятельность*) — *самостоятельная*, осуществляемая *на свой риск* деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг

Что нам нужно?

Ключевые составляющие



Обученные кадры

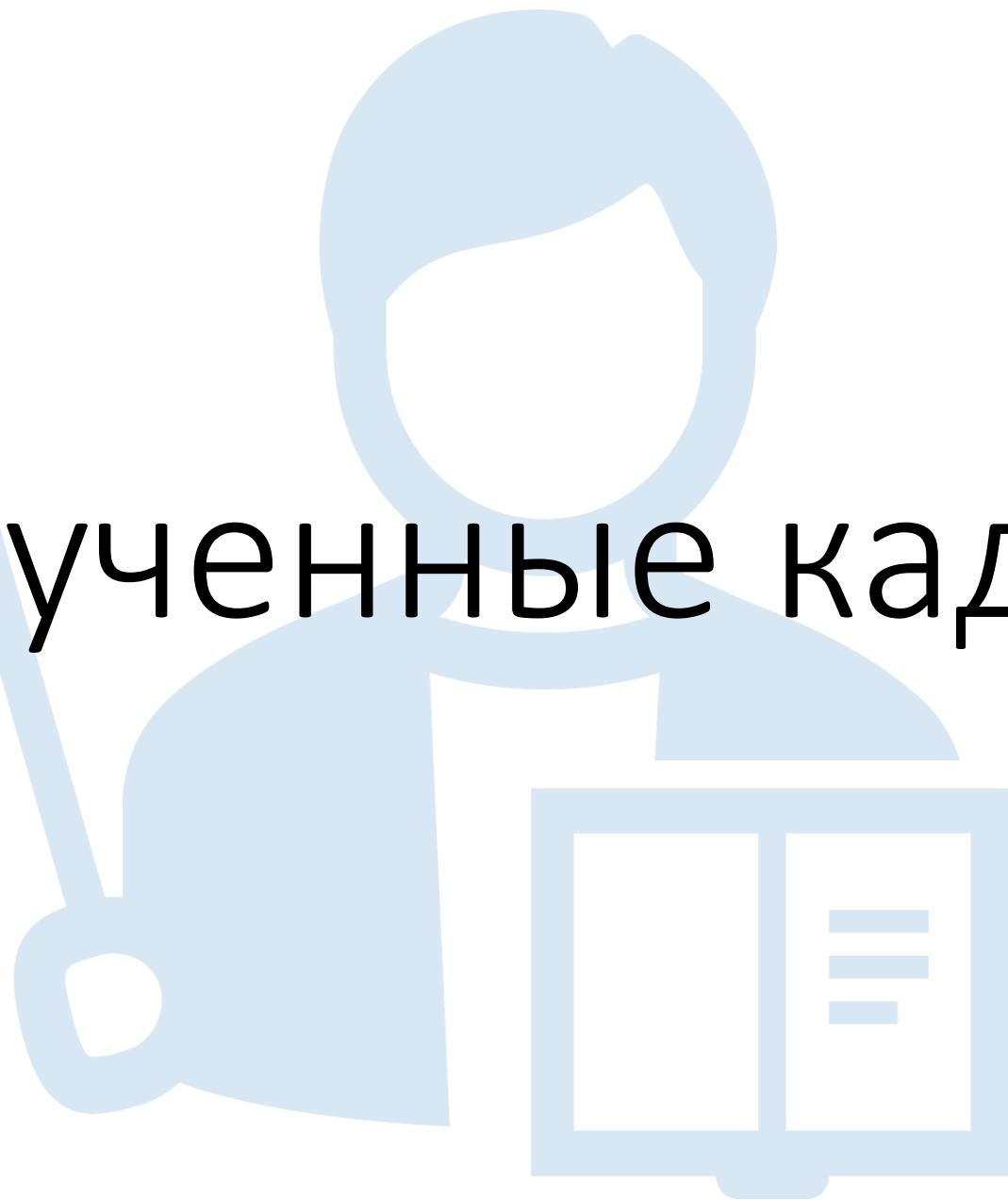


Партнеры-практики и
партнеры-теоретики



Практическая работа
обучающихся

обученные кадры





ШКОЛА наставников

По инициативе Малыхиной С.М.

Школа наставников в Наро-Фоминске

пройдет онлайн

10 - 15 марта

Обучение сотрудников школы роли
наставников школьных проектов:

Обучение сотрудников школы роли
разработчиков кейсов и
модераторов группы:

Региональные Школы наставников

Обучаем, сертифицируем и трудоустраиваем наставников проектной деятельности



Июнь – директор школы

Март – директор школы,
два заместителя по УВР,
педагог-организатор, педагог-психолог

Март – директор школы

Учителя

экономики, права,
обществознания,

индивидуального проекта и

т.д.

Учителя

внеурочная деятельность
(*проф ориент ация*)

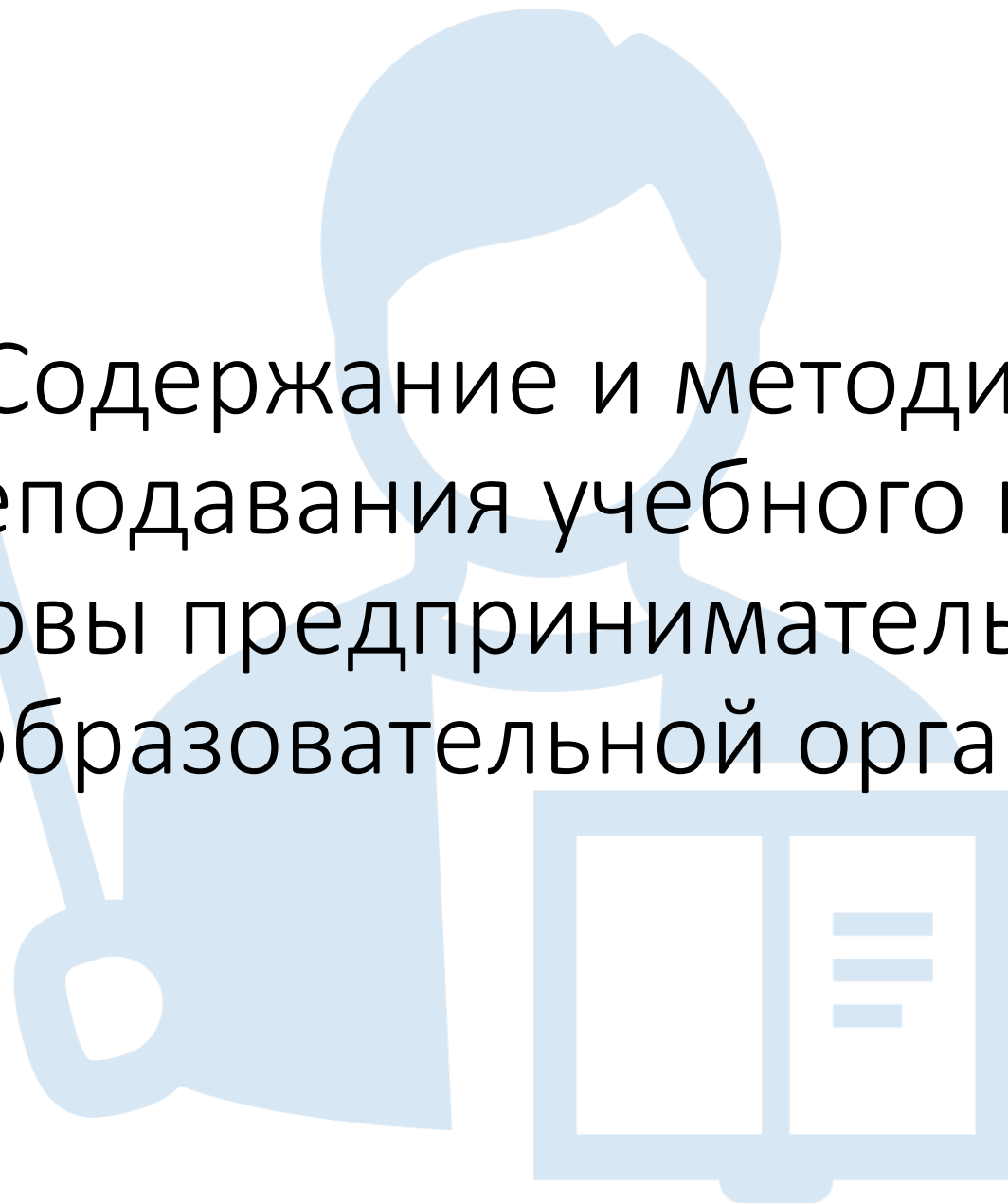
и

элективные курсы (*основа
финансовой грамот ност и*)



АКАДЕМИЯ СОЦИАЛЬНОГО
УПРАВЛЕНИЯ

Содержание и методика
преподавания учебного курса
«Основы предпринимательства» в
общеобразовательной организации



Учителя

экономики, права,
обществознания,

индивидуального проекта и

т.д.

Учителя

внеурочная деятельность
(*проф ориент ация*)

и

элективные курсы (*основа
финансовой грамот ност и*)

Курсы и вебинары

Все

Курсы

Вебинары

Вебинар

Рефлексия в цикле проектирования.
Что стоит рефлексировать?



Вебинар

20 июля 2021

Рефлексия в цикле проектирования.
Что стоит рефлексировать?

Совместный вебинар с Институтом
Шифферса

[Подробнее о вебинаре](#)

Вебинар

Что не надо делать на рефлексии.
Рефлексия в долгом цикле работы над проектом



Вебинар

27 июля 2021

Что не надо делать на рефлексии.
Рефлексия в долгом цикле работы
над проектом

Совместный вебинар с Олимпиадой КД
НТИ и Ассоциацией участников
технологических кружков

[Подробнее о вебинаре](#)

Вебинар

Рефлексия в проектном
интенсиве. Рефлексия
в онлайн-формате



Вебинар

29 июля 2021

Рефлексия в проектном интенсиве.
Рефлексия в онлайн-формате

Вебинар при поддержке КД НТИ и
Олимпиады КД НТИ

[Подробнее о вебинаре](#)

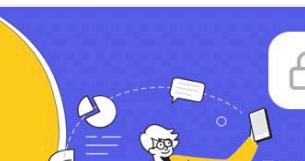
Вебинар

Рефлексия —
способность



Вебинар

Зачем рефлексия
на командных



Вебинар

Что принципиально
важно при



Показано результатов для запроса "free": 140

Фильтр

Язык ▾

Уровень ▾

Продолжительно... ▾

Тема ▾

Навыки ▾

Сотрудничайте ▾

Учебный продукт ▾

Русский ✕

Business ✕

Очистить все

- ☒ Business (140)
- ☐ Health (182)
- ☐ Social Sciences (155)
- ☐ Physical Science and Engineering (148)
- ☐ Arts and Humanities (123)
- ☐ Computer Science (56)
- ☐ Personal Development (39)
- ☐ Language Learning (33)
- ☐ Math and Logic (30)

Решить

Показать все



Financial Markets

Yale University

Course

★★★★★ 4.8 (18 815)

Студентов: 1M

Beginner



Successful Negotiation: Essential Strategies and Skills

University of Michigan

Course

★★★★★ 4.8 (14 719)

Студентов: 1,1M

Mixed



Brand Management: Aligning Business, Brand and Behaviour

University of London

Course

★★★★★ 4.9 (4 521)

Студентов: 200K

Beginner

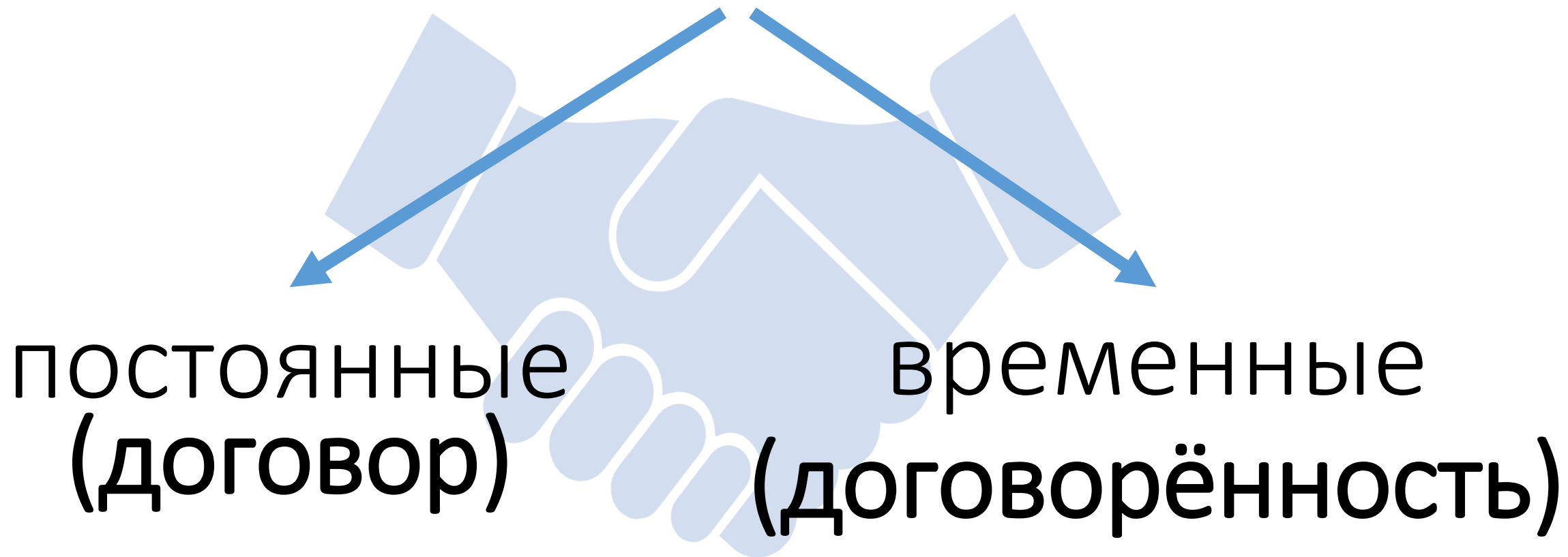


Introduction to Negotiation: A Strategic Playbook for Becoming a Principled and Persuasive Negotiator



партнеры-практики
и
партнеры-теоретики

партнёры-практики



партнеры-практики

1. Действующие предприятия на территории г.о. *(обзор)*
2. Организации занимающиеся деятельностью из списка **востребованных профессий будущего** *(ст ат ист ика)*
3. Организации деятельность которых привлекает обучающихся *(опрос)*

партнеры-теоретики



партнеры-теоретики



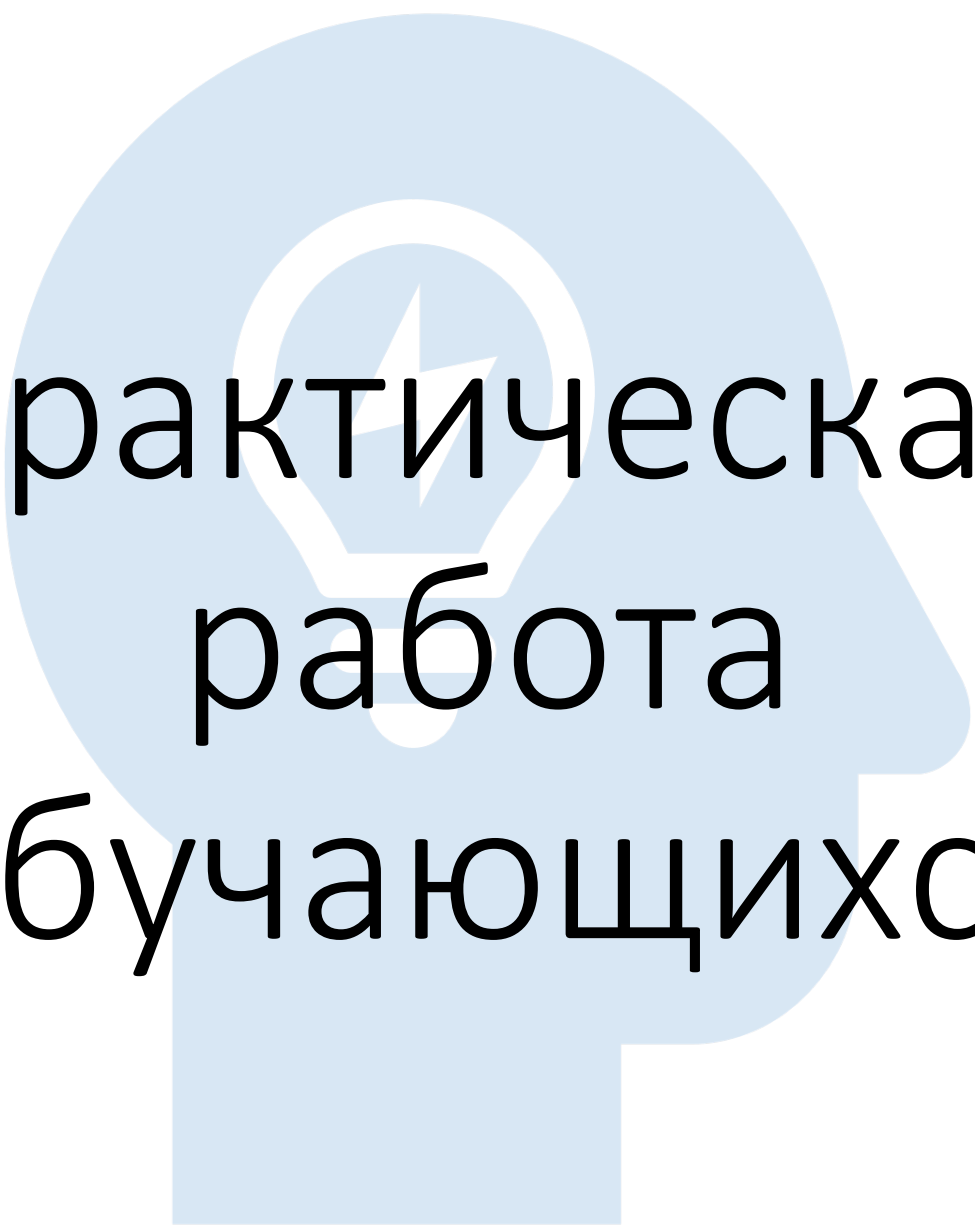
Некоммерческая организация
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД
НАСЛЕДИЯ МЕНДЕЛЕЕВА



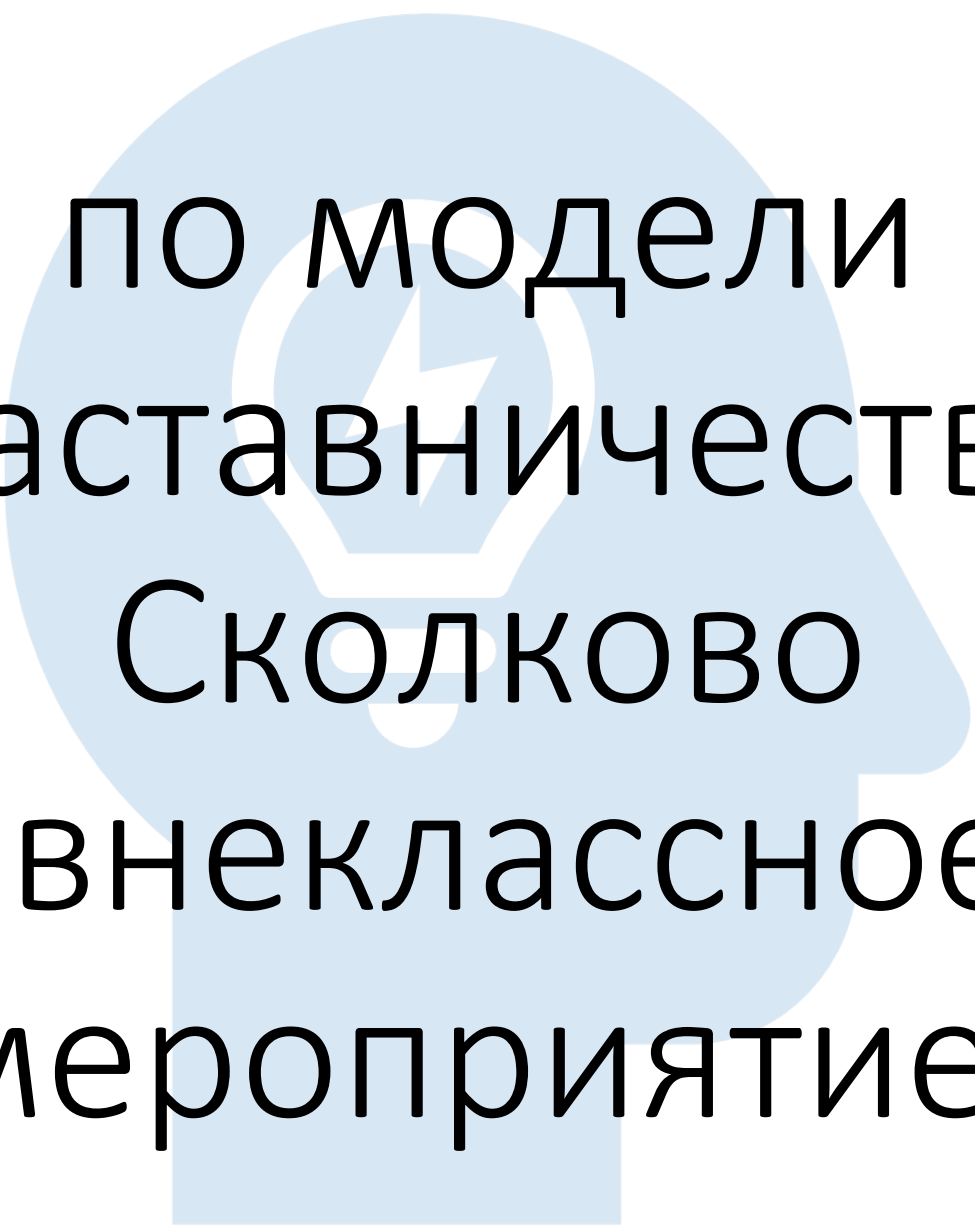
1. Предмет Соглашения

1.1. Предметом настоящего Соглашения является сотрудничество Финансового университета и Школа по:

- организации **учебных занятий для 10-11 классов социально-экономического профиля** в рамках создания предпринимательского класса на основании Распоряжения министерства образования Московской области №Р-218 от 01.04.2021 г.;
- организации совместного **углубленного изучения профильных учебных предметов** в соответствии с направлениями подготовки Финансового университета;
- привлечению учащихся старших классов к профориентационным мероприятиям Финансового университета;
- оказанию помощи Школе в профориентационной работе;
- **повышению профессионального мастерства учителей Школы.**



практическая
работа
обучающихся



по модели
наставничества
Сколково
(внеклассное
мероприятие)

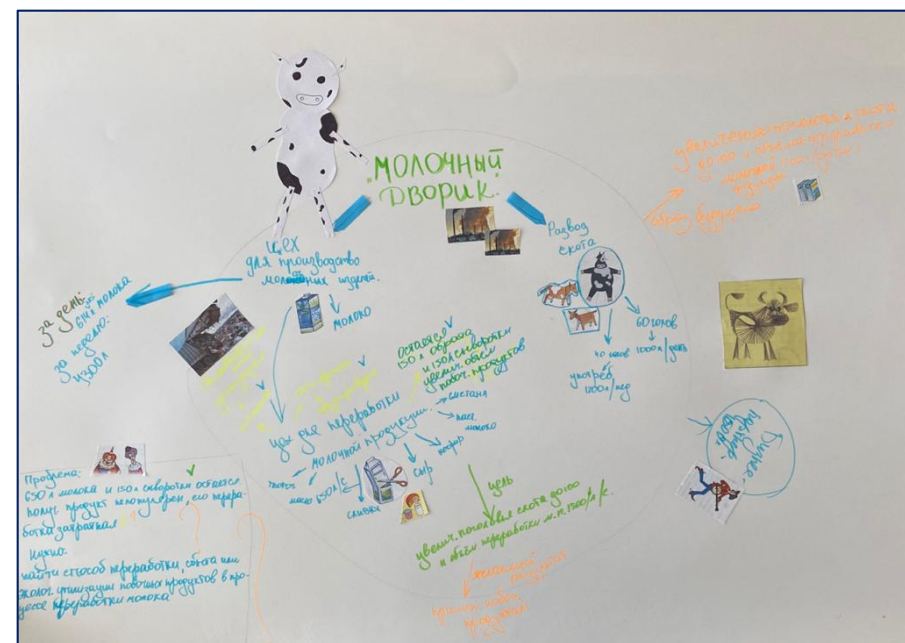
Школьный бизнес-тренинг «Навигатор»



1	Название кейса Переработка побочных продуктов, получаемых в процессе переработки молока
2	Полное название компании, предоставившей кейс ИП Крестьянско-фермерское хозяйство «Молочный дворик»
3	ФИО и должность эксперта Огнев Игорь Владимирович – владелец
4	Описание деятельности компании (чем занимается, ассортимент продукции/услуг, оборот, на каких рынках работает, используемые технологии, информация о составе рабочего коллектива) Предприятие по разведению крупного рогатого скота и переработке молочной продукции (молочно-товарная ферма с цехом по переработке молока). На ферме 60 голов коров дойного стада, которые ежедневно дают 1000 литров молока. Также на ферме находится 40 голов «шлейфа» – недойные коровы и телята, которые употребляют 1200 литров молока в неделю. Еженедельно 1500 литров молока «Молочный дворик» реализовывает в виде молочного сырья бизнес-партнёру «ИП Максимов А.В.». В процессе переработки остального молока (примерно 650 литров в сутки) в собственном цеху получают продукты: пастеризованное молоко, сметана, сливки, масло, сыр, кефир, творог.

	Молочные продукты реализуются оптом и в розницу на собственной торговой точке в г. Можайске. Сайты компании в сети интернет: молочный-дворик.рус
5	Цели и задачи в ближайшей и отдаленной перспективе Увеличение поголовья скота до 100 и объема переработки молочной 1500 литров молока в сутки
6	Описание проблемной ситуации В процессе переработки 650 л молока остается примерно 150 литров «обрата» и 150 литров сыворотки. При нарастании объемом производства,кратно увеличится объем побочных продуктов.
7	Как пытались решить? 100 литров «обрата» идёт на повторную обработку и из него получается обезжиренный творог. Остальной обрат и вся сыворотка подлежит утилизации – выливается на поле (земля находящаяся в собственности владельца «Молочного дворика»).
8	Формулировка проблемы Так как получаемый продукт (сыворотка и обезжиренный творог) непопулярен у покупателей, а его вторичная переработка затратная по трудовым и энергетическим ресурсам, то проблема состоит в том, чтобы найти способ переработки, сбыта или экологичной утилизации побочных продуктов, получаемых в процессе переработки молока
9	Желаемый образ результата Производственное применения побочным продуктам, получаемым в процессе переработки молока, с высокой степенью рентабельности
10	Экспертное отношение Логика решения поставленной проблемы: Изучить свойства и состав побочных продуктов, получаемых в процессе переработки молока – «обрата» и сыворотки. Схематизировать процесс работы молочно-товарная ферма с цехом по переработке молока. Провести анализ опыта других предприятий молочной продукции в России и мировой практике. Выяснить: как подобная ситуации решается другими предпринимателями? Оценить экономику ситуации: анализ затрачиваемых временных и финансовых средств на утилизацию и переработку. Предположить, что будет происходить, если все оставить как есть. Кто еще заинтересован в решении проблемы настолько, что готов потратить время или деньги на изменение ситуации? Предложить решение проблемы и схематизировать процесс

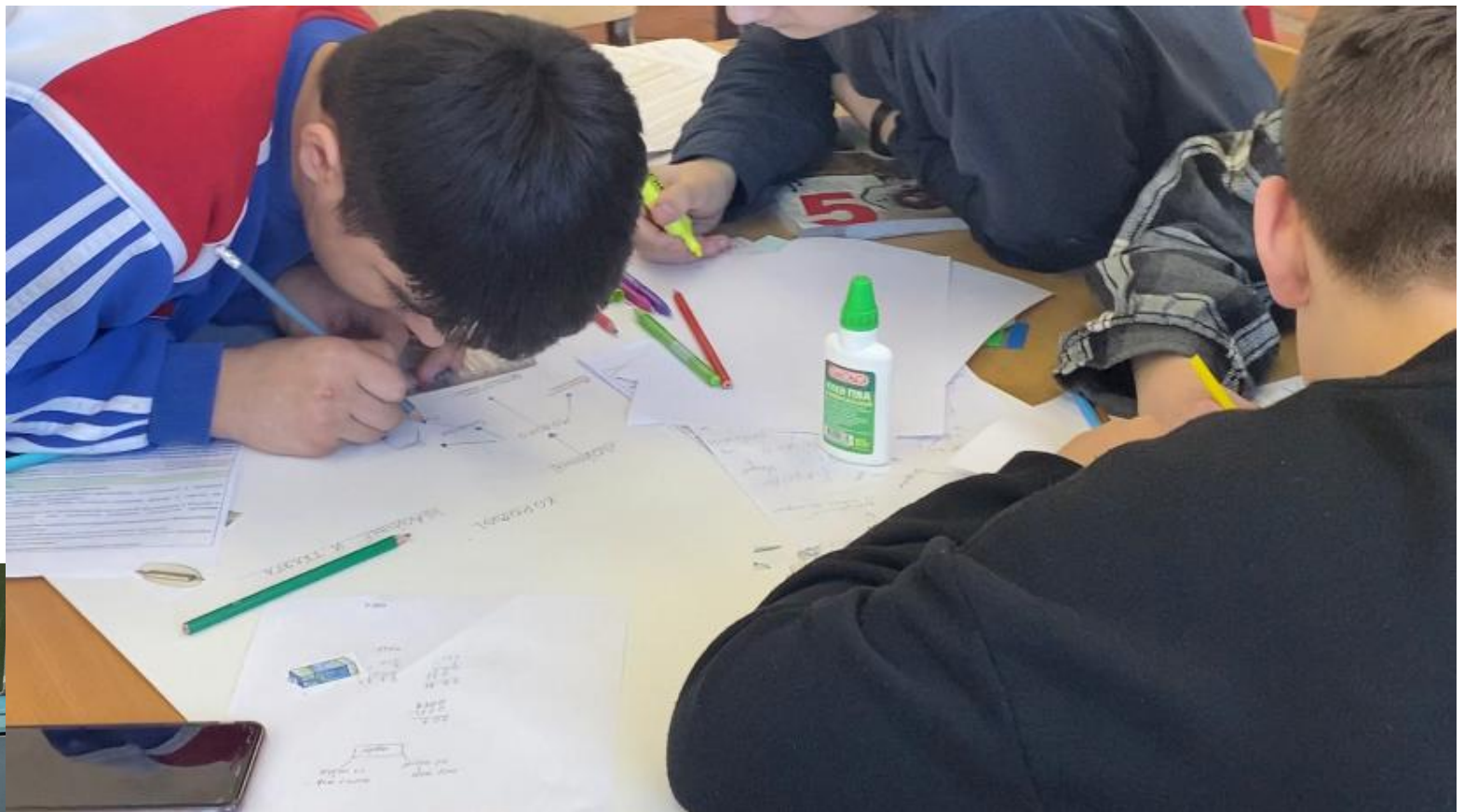
Анализ ситуации ИП «Молочный дворик»



**Экскурсия на
предприятие
«Молочный дворик».
Вопросы
предпринимателю-
заказчику**



Генерация идей. Архитектура проекта



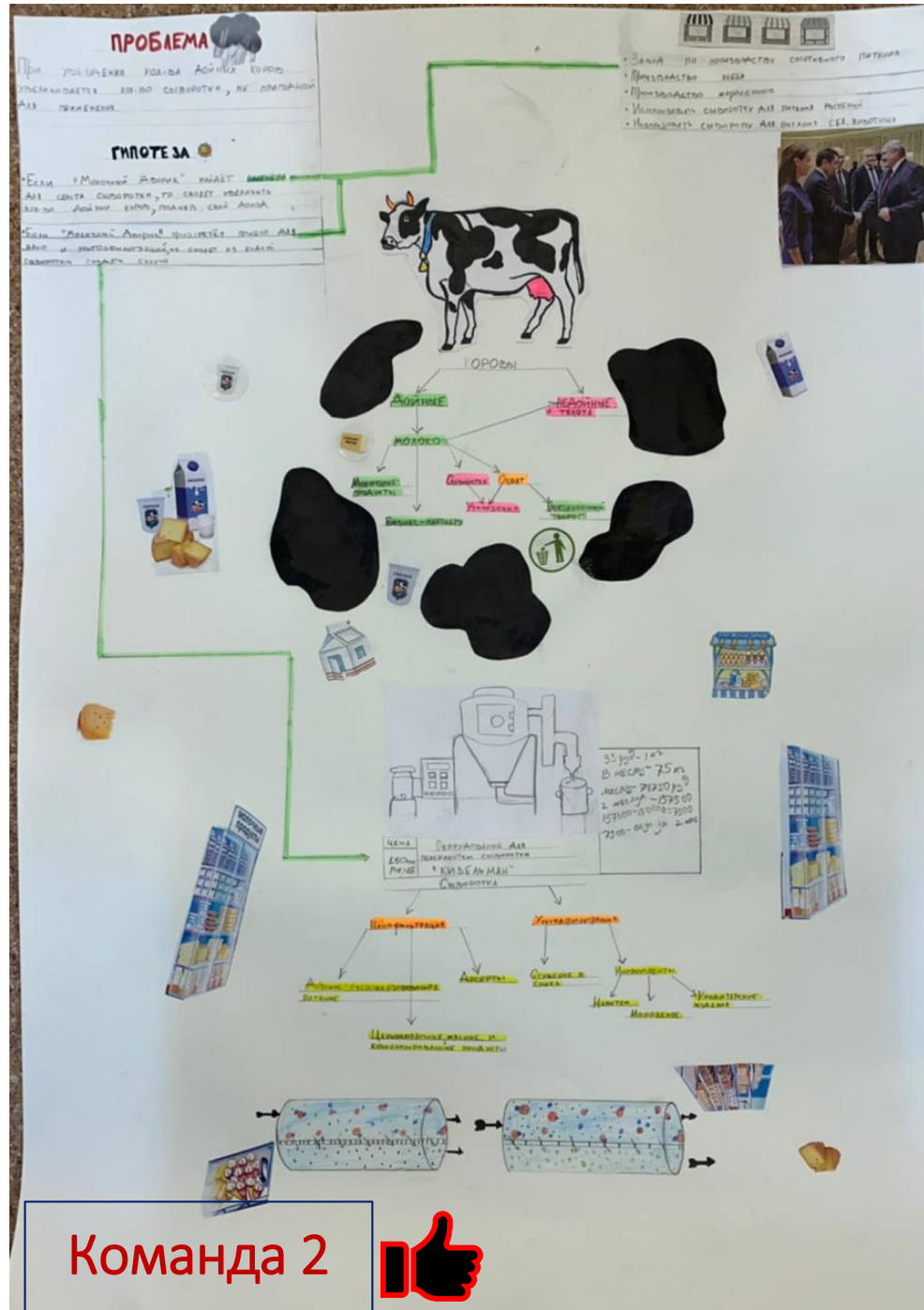
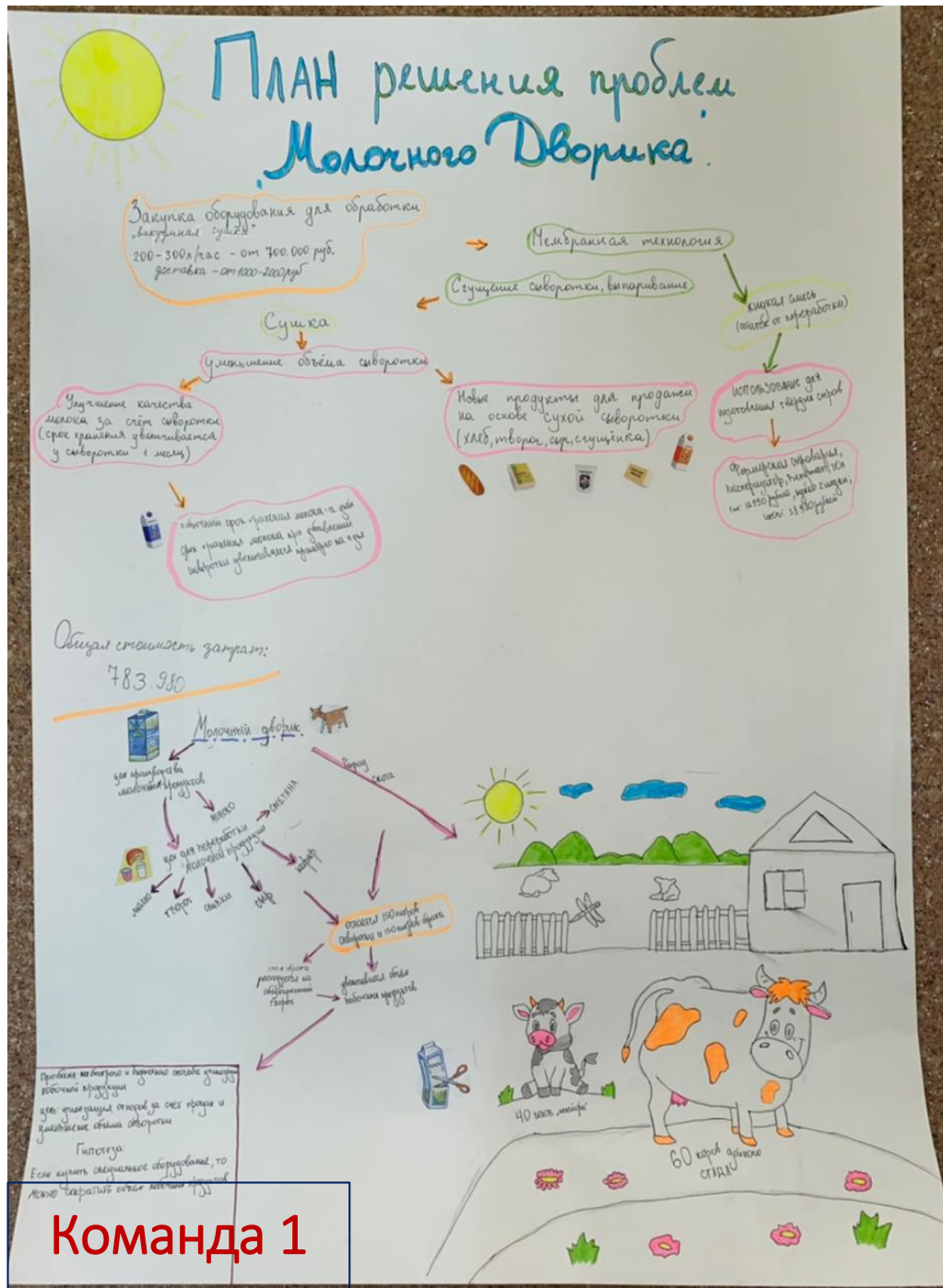
Решение 1 команды: ?

Решение 2 команды: ?

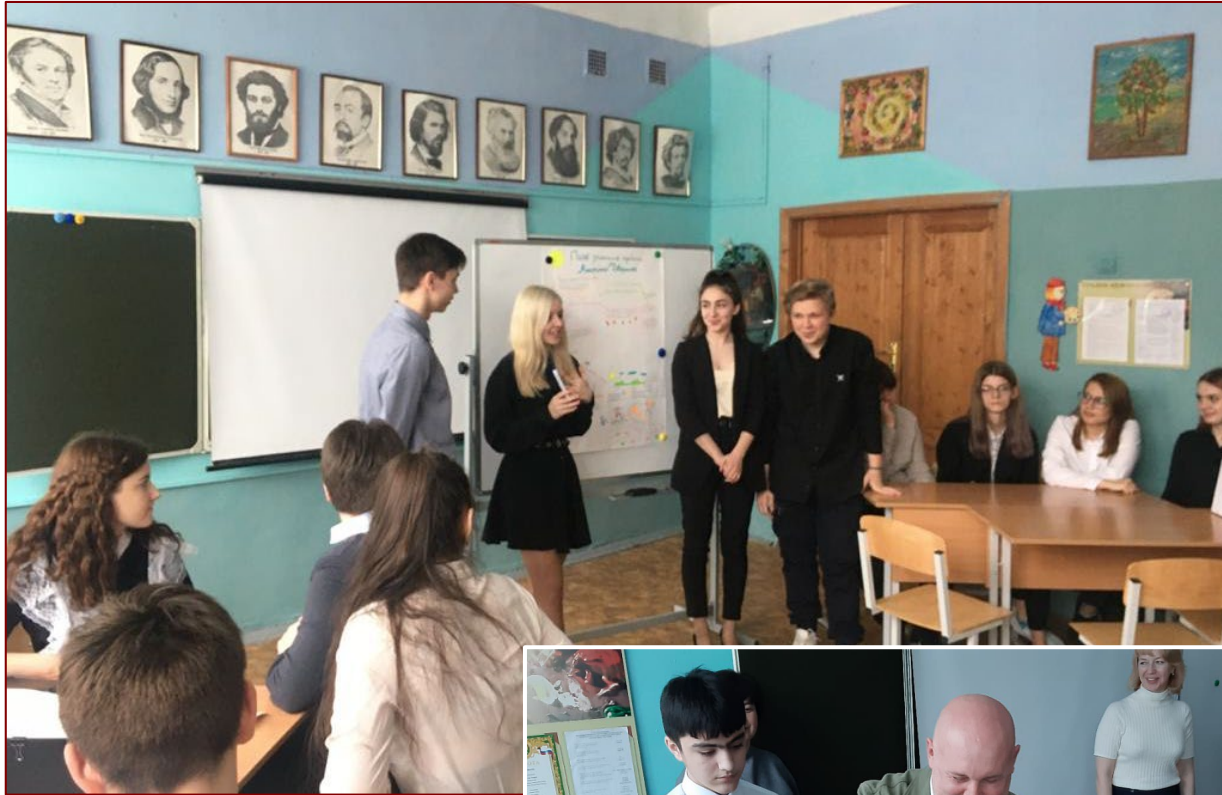
Проектные решения команд

**Решение
команды 1:
сушка
сыворожки и
изготовление
твёрдых сортов
сыра**

Решение 2
команды: сушка
и сублимация
сыворотки и
продажа
партнёрам
(кондитерским,
хлебобулочным,
косметическим
фабрикам).



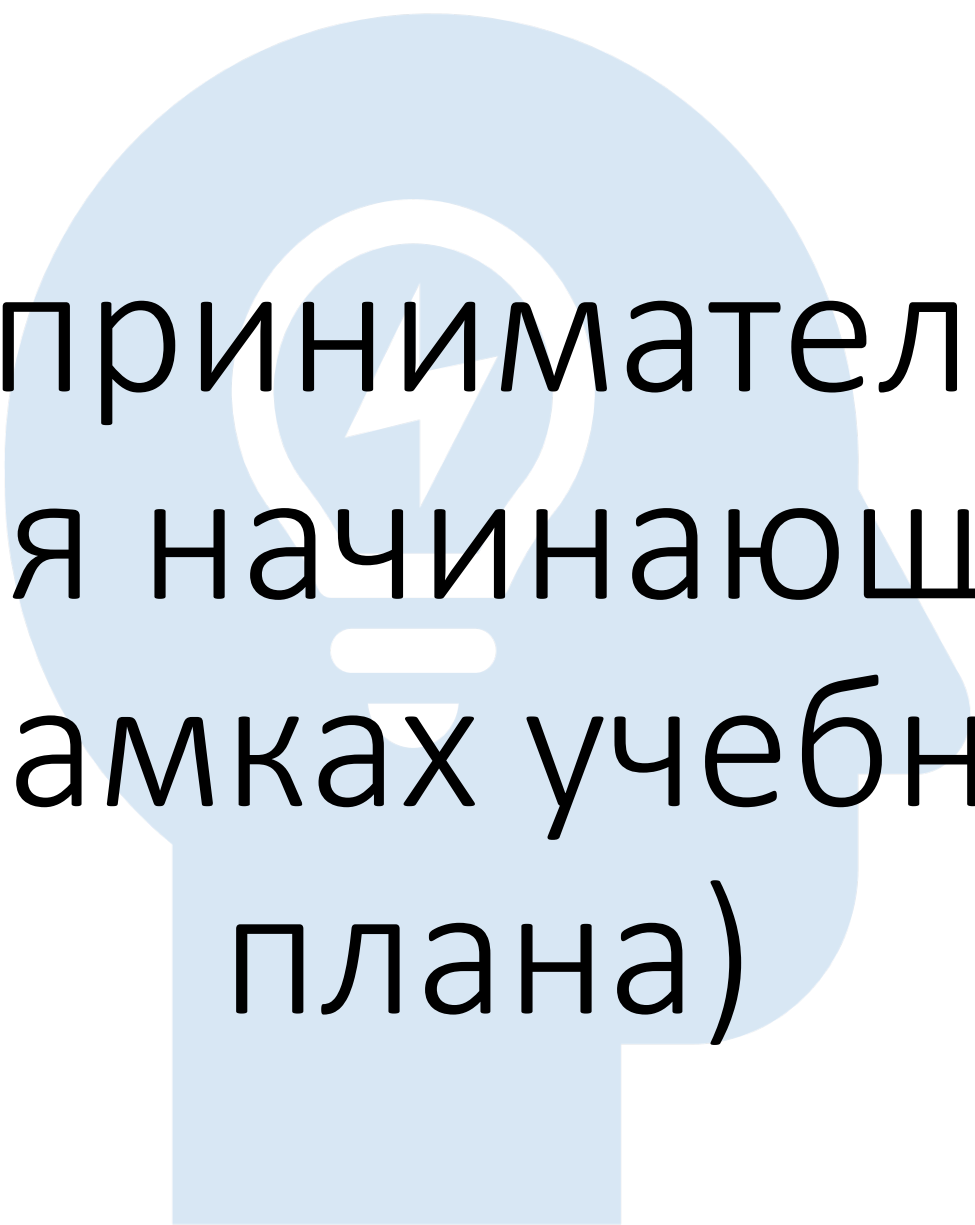
31.03.2021 Г. – ЗАЩИТА ПРОЕКТНЫХ РЕШЕНИЙ



9-е КЛАССЫ

Бизнес-
тренинг
«Навигатор»





Предпринимательство для начинающих (в рамках учебного плана)

Апробация УМК 01.02.2021 г. – 26.03.2021 г.

«Предпринимательство для начинающих», 10-А класс

Руководители проекта в МБОУ Петровской средней общеобразовательной школе:
Боярский П.В. зам. директора по УВР,
Томова Л.Г., учитель географии

Цель обучения – освоение учащимися системы понятий из сферы предпринимательства и инструментов ведения бизнеса на основе системно-деятельностного подхода, который обеспечивает активную учебно-познавательную деятельность обучающихся, а также формирование их готовности к попытке создания собственного бизнеса.

Объем программы - 16 ч.

Реализация (на базе МБОУ Петровской СОШ) в рамках учебных предметов «Экономика», «География» и внеурочной деятельности «Индивидуальный проект»

Теоретический материал представлен в трёх вариантах:

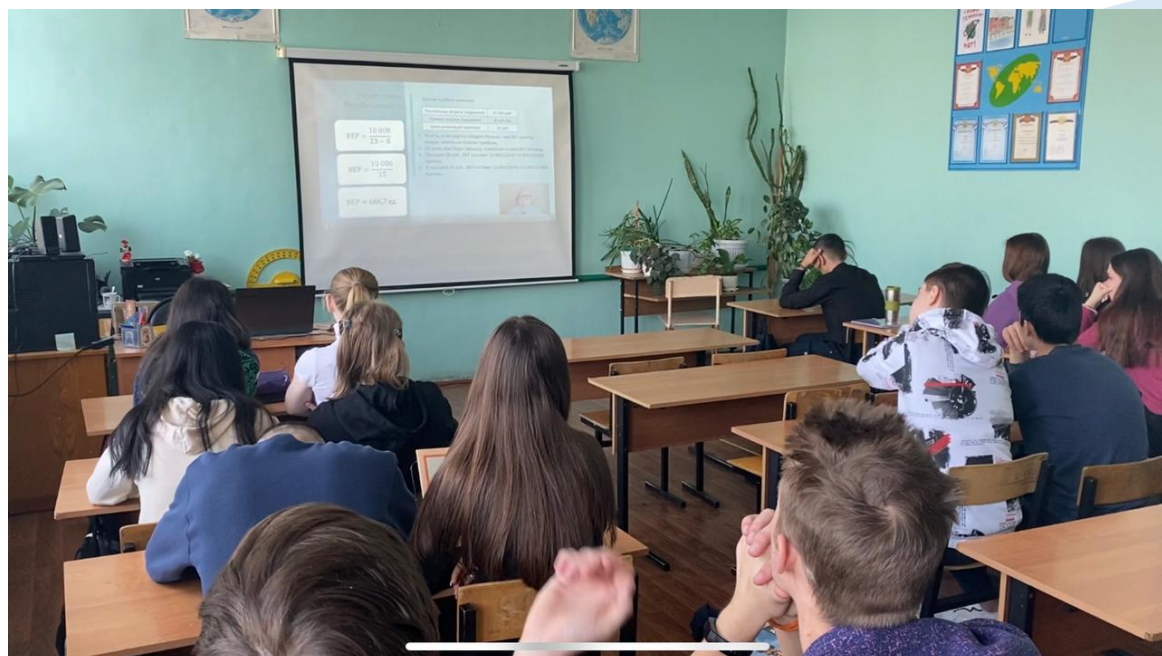
- а) книга на печатной основе,
- б) аудиолекции,
- в) видеолекции.

В пособие включены материалы и задания по **проектной деятельности**.

Сборник состоит из **15 кейсов** – проблемных ситуаций, которые в реальной жизни могут встретиться на пути любого предпринимателя на разных этапах ведения бизнеса.

Кейсы посвящены темам:

- «Открытие бизнеса»
- «Маркетинговый анализ рынка»
- «PR и реклама»
- «Подбор персонала»
- «Привлечение финансов»
- «Программы лояльности»
- «Управление рисками» и др.





карамель

слаще детство – ярче жизнь

итоговая проектная работа
выполнила группа №2



карамель

слаще детство – ярче жизнь



Наш адрес:

143371, Московская область, г.

Наро-Фоминск,

р.п. Калининец, 255А



ПОЧЕМУ НАШЕ КАФЕ АКТУАЛЬНАЯ БИЗНЕС-ИДЕЯ?

- 1** ориентация на детскую аудиторию актуальна при любых экономических обстоятельствах.
- 2** подобных заведений в нашей стране не так много, ниша детских кафе свободна.
- 3** спрос на услуги развлекательных точек для детей очень высокий.



В Калининце общая численность населения на 2021 год составляет около 24.000 человек, из которых примерно

40%

**наши
потенциальные
клиенты**

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЯ НАШЕГО
БУДУЩЕГО КЛИЕНТА:

МОЛОДЫЕ РОДИТЕЛИ

Родители в возрасте 25-

35 лет с детьми в

**СО СРЕДНИМ
УРОВНЕМ ДОХОДА
(РАБОТАЮЩИЕ)**

С ежемесячным

доходом в размере 300

**ЛЮБЯЩИЕ ПРОВОДИТЬ
СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ
ВСЕЙ СЕМЬЕЙ**

Наше кафе отлично
подойдет для того, чтобы
провести выходные со
своими детьми

КАК МЫ НАЗОВЕМ НАШЕ КАФЕ?

«карамель»

- 1** Вызывает положительные ассоциации
- 2** Название нашего кафе отражает атмосферу в нём
- 3** Легко запоминается, учитывается кухня, которую мы предлагаем





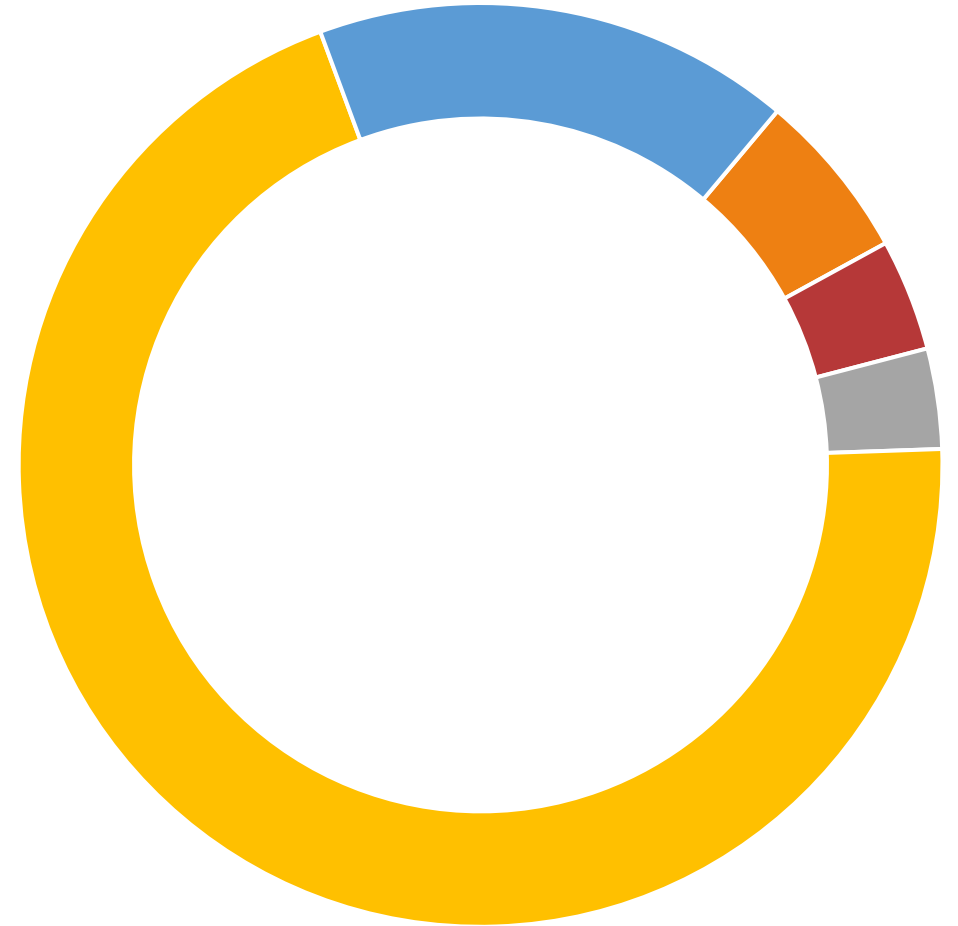
КАК МЫ БУДЕМ ПОВЫШАТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НАШЕГО БИЗНЕСА?

- мы постараемся постоянно придумывать новые идеи и разработки
- будем применять в технологии производства товары сырья и материалы только высокого качества
- выявим сильные и слабые стороны у наших предприятий-конкурентов
- будем применять в маркетинговой деятельности только эффективные средства рекламы и рекламных мероприятий



ЗАТРАТЫ, НЕОБХОДИМЫЕ НА ОТКРЫТИЕ НАШЕГО БИЗНЕСА

- предоплаченные расходы - 125.000 р.
- текущие материальные затраты - 82.500 р.
- реализация маркетинговой программы - 75.000 р.
- капитальные затраты - 1.454.000 р.
- зарплата работников - 349.000 р.



1 налоги, связанные с ЗП сотрудникам: 217.000 руб.
(НДФЛ, страховые взносы, отпускные...)

2 налог на прибыль: 18.000 - 54.000 в первые полгода
работы проекта.

2,356,500р.

общая сумма всех расходов



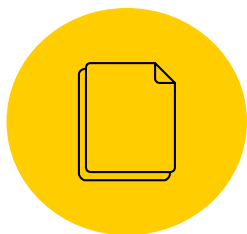


ТАБЛИЦА ИЗДЕРЖЕК

ПОСТОЯННЫЕ ИЗДЕРЖКИ	ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ
АРЕНДА ПОМЕЩЕНИЯ	ЗАТРАТЫ НА СЫРЬЕ И МАТЕРИАЛЫ
СТРАХОВАНИЕ	ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЯ
АМОРТИЗАЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ	МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА
	ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ
	РАЗМЕР ЗАРПЛАТЫ РАБОТНИКОВ



НАШИ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ:

Банки. Самый главный недостаток этого источника - проценты по кредиту. Предположим более удобные для нас источники:

Инвесторы и партнеры. Их можно искать через специальные форумы, с помощью полезных знакомых и на различных сайтах. Но, конечно, основными инвесторами для нас будут родители и друзья.

Собственные накопления



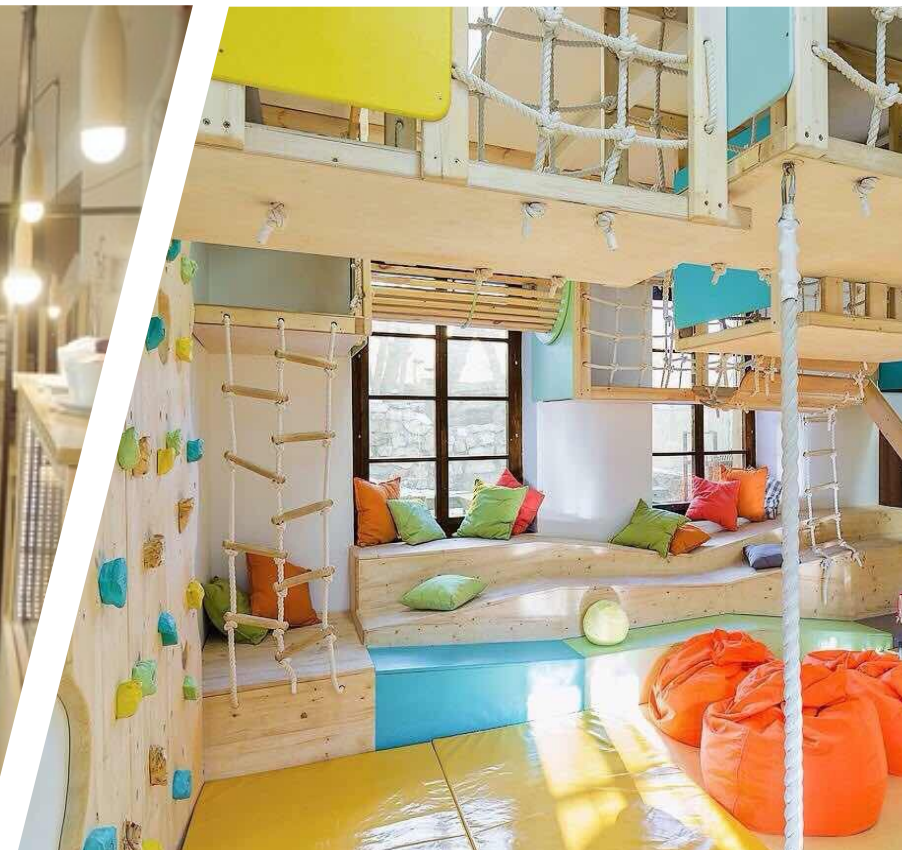
ДЕТСКОЕ КАФЕ «КАРАМЕЛЬ»



УНИФОРМА
ОФИЦИАНТОК



ИНТЕРЬЕР НАШЕГО КАФЕ



ИНТЕРЬЕР ДЕТСКОЙ ИГРОВОЙ
КОМНАТЫ

НЕКОТОРЫЕ НАПИТКИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В МЕНЮ НАШЕГО КАФЕ



«КЛУБНИЧНОЕ КАКАО»
(стимулирует работу мозга)



«СОЛНЫШКО В СТАКАНЕ»
(повышает иммунитет, утоляет жажду)



«ДИКАЯ РОЗА»
(укрепляет здоровье, очищает организм от токсинов)

НЕКОТОРЫЕ БЛЮДА, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В МЕНЮ НАШЕГО КАФЕ



«МИНИ КИШ С КУРИЦЕЙ»



«БАБУШКИН ПИРОГ»



«МАНГОВЫЙ РАЙ»

«Если что то делать, то только то,
что принято считать невозможным»

- *Оскар Уайльд*



“

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! 

Итоговый проект

Группа №3



Grizzly

СТРУКТУРА

1. Перспективы рынка
2. Предоставляемые услуги
3. Пошаговая инструкция открытия рыболовного магазина
4. Выбор помещения
5. Найм персонала
6. Поиск поставщиков
7. Какое оборудование выбрать
8. Составляем ассортимент
9. Маркетинговый план
10. Финансовый расчет и окупаемость
11. Риски и минусы бизнеса

ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА

Рыбная ловля в России популярна. Сейчас количество людей, занимающихся рыболовством, в стране превышает 30 млн чел. Объем рынка рыболовных снастей в настоящее время превышает 2 млрд руб.

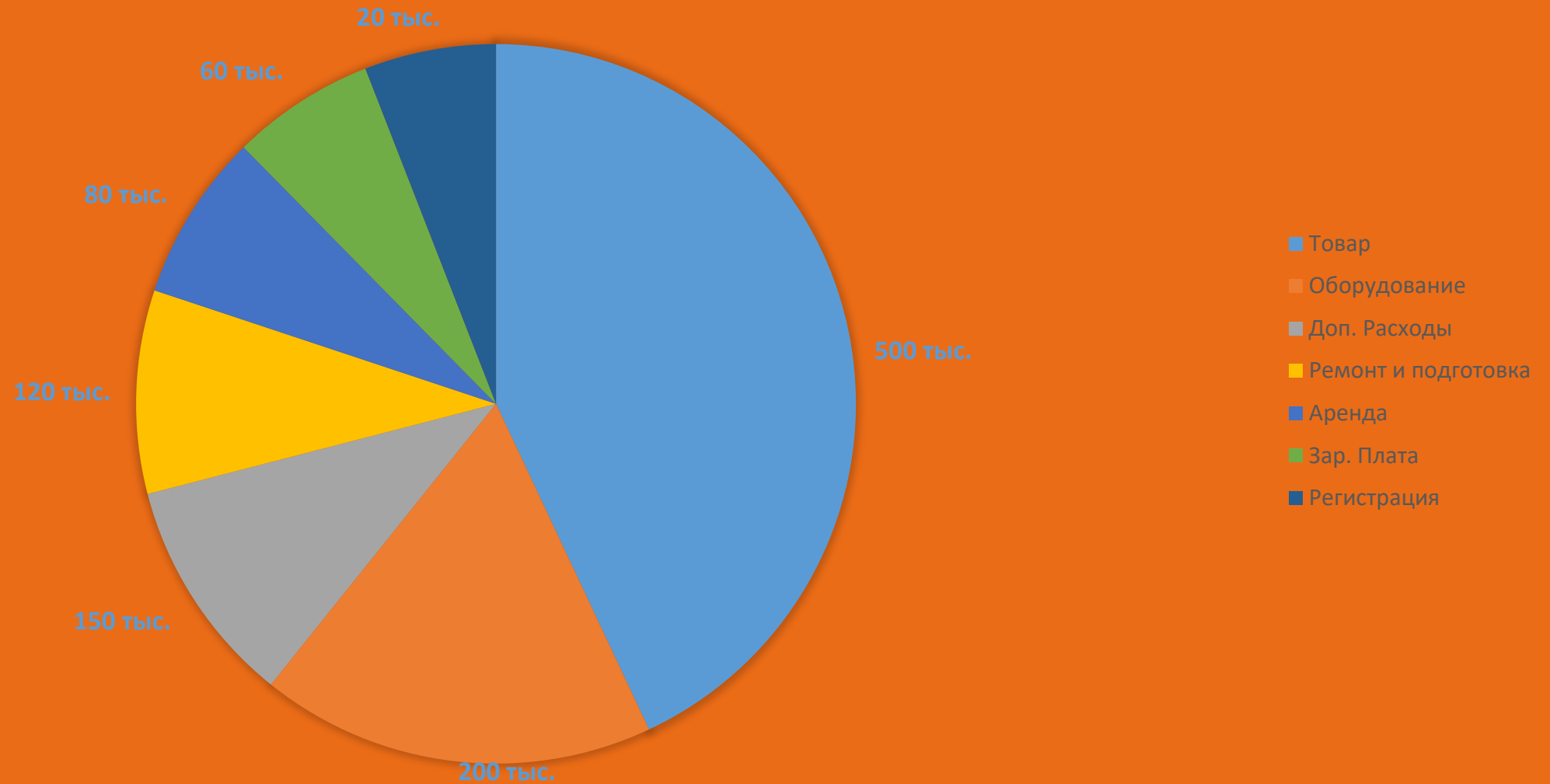


Предоставляемые услуги

Таблица 1. Основные позиции рыболовных принадлежностей.

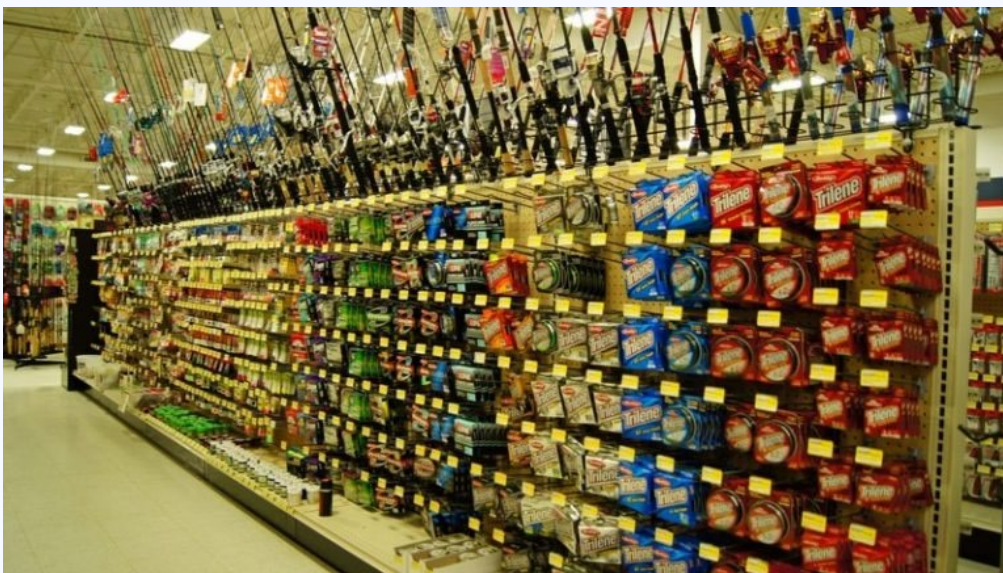
Группа товаров	Основные наименования
Основные	Удочки, спиннинги, катушки
Дополнительные	Расходные материалы: лески, шнуры, поплавки, крючки, блесны, прикормка и др.
Сопутствующие	Рыболовное снаряжение, включая одежду и обувь, туристическое товары и т.д.

РАЗМЕР ПЕРВОНАЧАЛЬНЫХ РАСХОДОВ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНА



ВЫБОР ПОМЕЩЕНИЯ

Для магазина не потребуется большой площади, достаточно 60-80 кв. м., разделенной на несколько зон. Торговую зону целесообразно разделить на залы: в основном – спиннинги и удочки, все дополнительные расходные материалы. Второй зал отвести для продажи туристической одежды и обуви, палаток, и небольшая административная зона для всех бумаг и документов.



НАЙМ ПЕРСОНАЛА

Для работы в магазине потребуется трудоустроить двух работников-продавцов, которые будут работать по графику 2/2. Идея в том, чтобы найти мужчин, разбирающихся в рыболовном искусстве. Это очень важно. Продавец должен дать профессиональную консультацию каждому клиенту, разбираться в теме, уметь поддерживать разговор.



Поиск поставщиков

лучший способ выбрать поставщика рыболовных товаров- это проверить его товары еще до совершения покупки.

Товар закупается в оптовых количествах. Для максимизации выгоды от торговли важно найти поставщиков качественного товара по приемлемым ценам. Найти таковых можно либо по Сети, либо через рыбацкие хозяйства региона.

Существует несколько каналов:

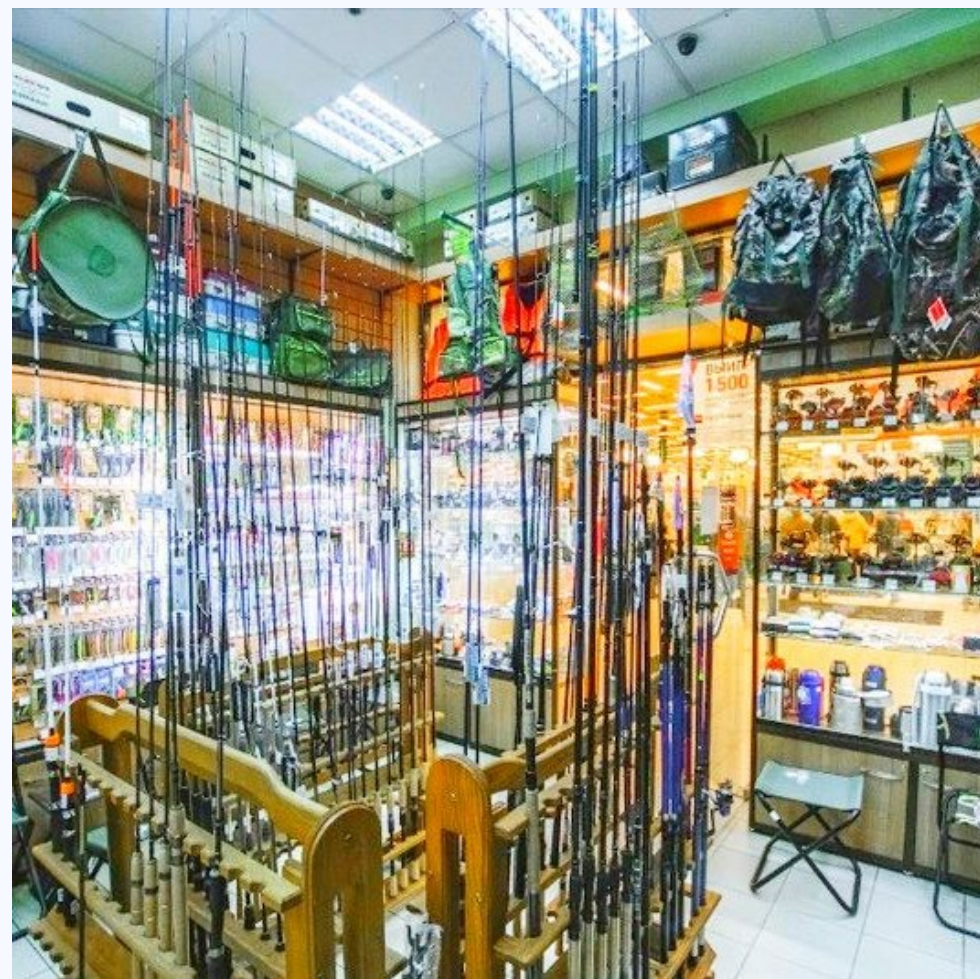
- российские поставщики, включая местных производителей (при их наличии);
- зарубежные поставщики, включая китайские, европейские и японские;
- оптовые интернет-магазины, как российские, так и международные.

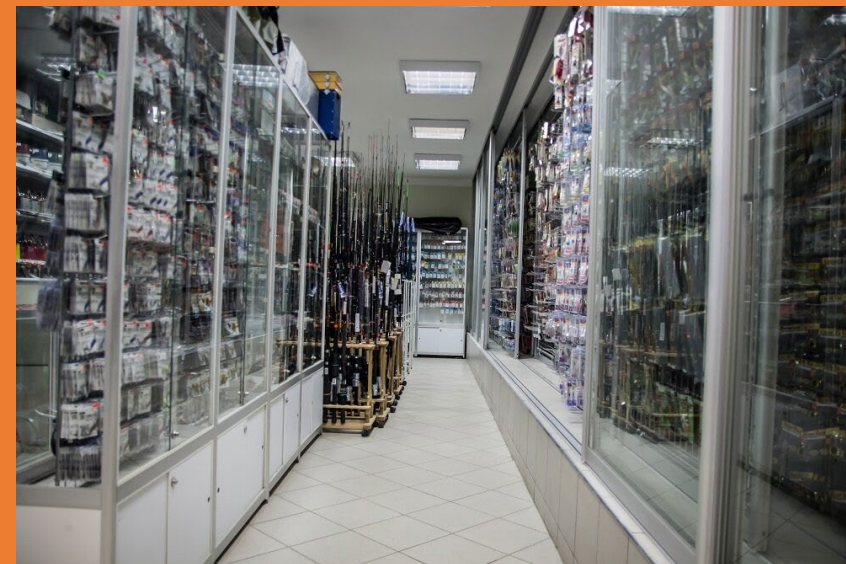
КАКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ВЫБРАТЬ

Итак, для демонстрации товара нужны:

1. витрины;
2. полки, стеллажи и шкафчики;
3. стойки для спиннингов и удочек (удилищ);
4. холодильники и емкости для живцов, живой наживки.

Создается грамотное освещение с акцентом на товарах.
Нужно приобрести мебель (хотя бы в кассовую зону),
кассовый аппарат, POS-терминал для безналичного расчета.







Спиннинги

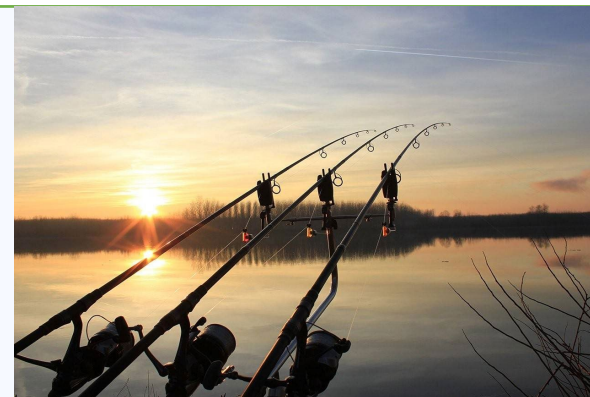


Поплавки



Катушки

СОСТАВЛЯЕМ АССОРТИМЕНТ



Удочки



МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Во-первых, реклама самого магазина. Сделать грамотное освещение, разместить крупную вывеску.

Во-вторых, определить каналы коммуникации рыболовов и воздействовать точно.

Рекламировать открытый магазин через рыболовные группы в социальных сетях, зарегистрироваться на тематических форумах, заказывать на них рекламу, вести свою колонку и др. Размещать рекламу в газетах и журналах.

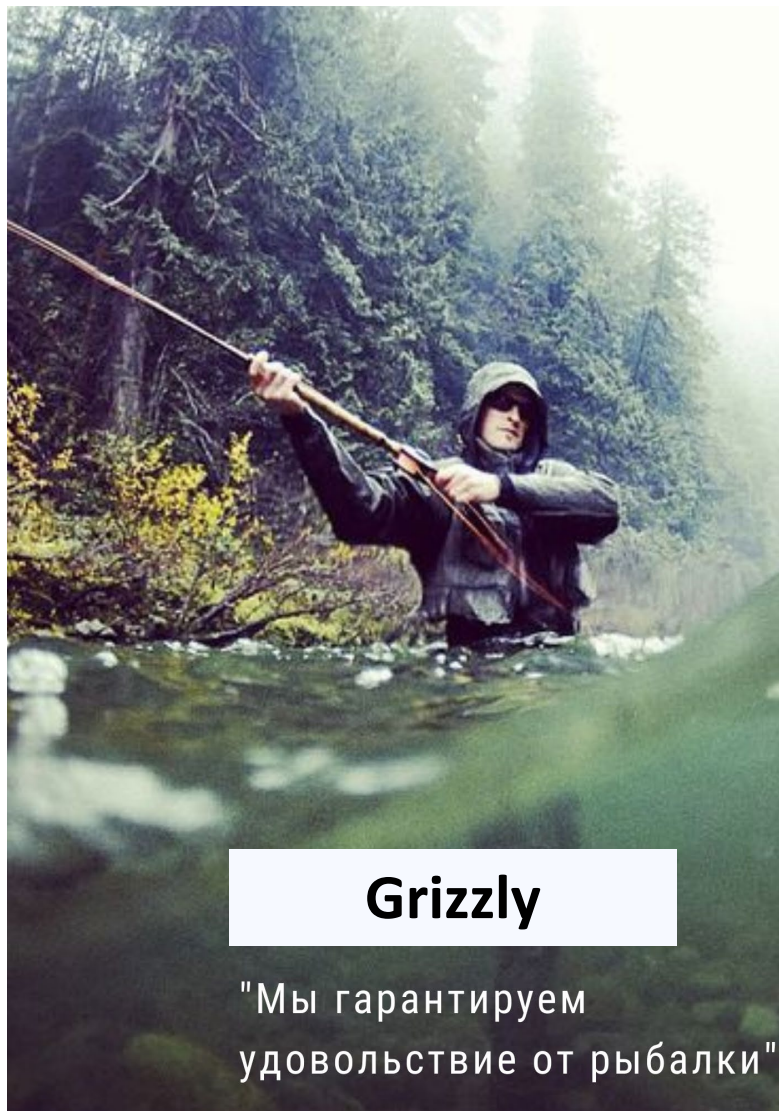
В-третьих, расклеивать объявления в частном секторе и по подъездам домов.

В-четвертых, организация «сарафанного» радио. В среде рыболовов этот инструмент очень значим. Можно приплачивать за рекламу зрителям и егерям рыболовных баз.

В-шестых, раздача флаеров там, где выше вероятность встретить рыбаков: на рынках и авторынках.

В дальнейшем можно создать сайт и продавать товар онлайн.

Пример Флаера



Grizzly

"Мы гарантируем
удовольствие от рыбалки"

ФИНАНСОВЫЙ РАСЧЕТ И ОКУПАЕМОСТЬ

ТАБЛИЦА 3. РАСЧЕТ И ОКУПАЕМОСТЬ

Основные показатели	Значение
Сумма первоначальных инвестиций	1130 тыс. руб.
Ежемесячные расходы	430 тыс. руб.
Срок окупаемости (в соответствии с расчетом)	21-24 мес.
Среднегодовое количество клиентов в месяц (в первый год)	14 чел.
Месячный доход	378 тыс. руб.
Чистая прибыль в месяц	52 тыс. руб.

РИСКИ И МИНУСЫ БИЗНЕСА

Необходимо коснуться и возможных рисков, недостатков этого дела. Повторимся, бизнес по продаже рыболовного снаряжения специфический, потому все возможные минусы нужно проанализировать заранее, перед решением о начале.

1. Конкуренция. Рынок представлен большим количеством игроков.
2. Сезонность бизнеса. Спрос высокий примерно с апреля по октябрь.
3. Необходимость наличия опыта в самом рыболовстве. Открывать магазин человеку без соответствующего опыта и знаний очень рискованно.
4. Затоваривание. Речь идет о «мертвых» товарах, которые не продаются в течение долгого времени.

Для преодоления и предупреждения этих рисков нужно в постоянном режиме анализировать свою деятельность, ценовую и маркетинговую политику, выбор ассортимента, и внедрять меры по стимулированию продаж, улучшению позиций на рынке.





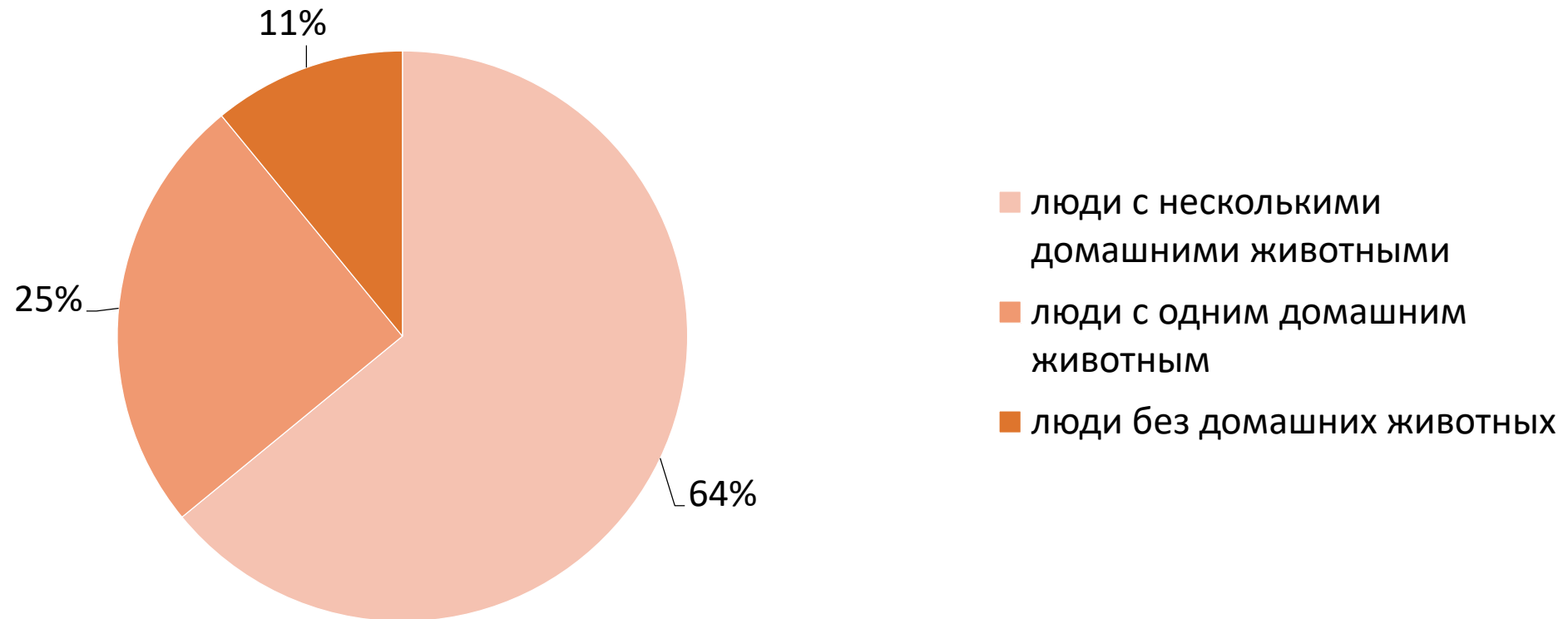


Doggy style

Ателье для ваших питомцев



Каков процент наших потенциальных покупателей.



Ценность бизнес – идеи.



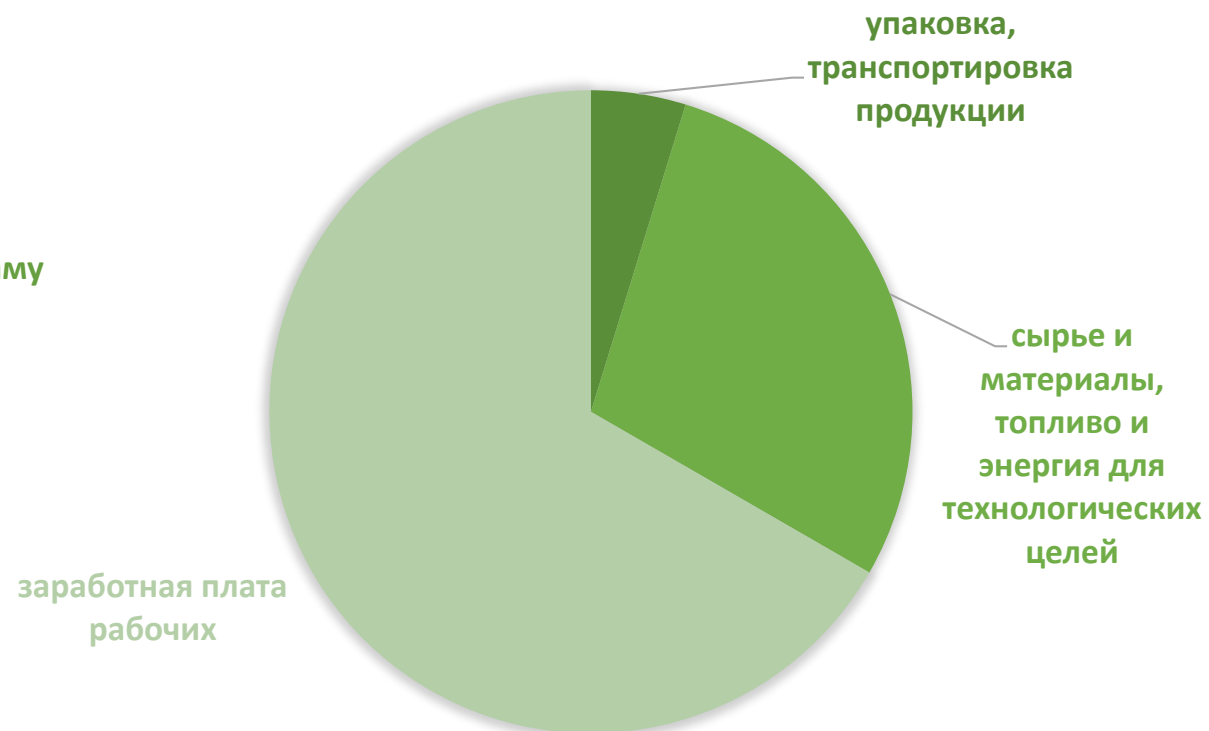
Суть бизнес –идеи «пошив одежды для питомцев»



ПОСТОЯННЫЕ ИЗДЕРЖКИ



ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ



Сколько людей нужно для производства?



Материальные затраты будут производиться на:

- Нитки
- Иголки
- Пуговицы
- Оборудование
- Ткань



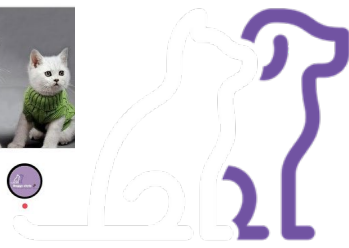
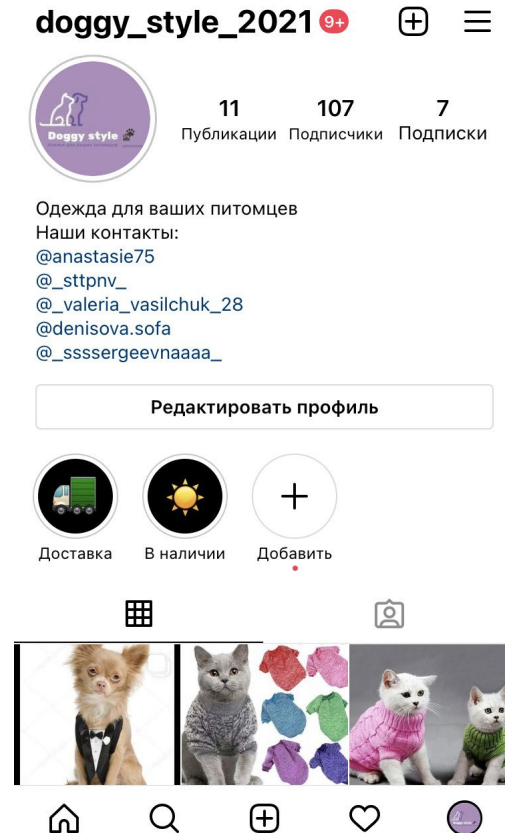
Для реализации нашей маркетинговой программы мы будем использовать такие инструменты маркетинга, как:

1.

создать группу в одной или нескольких социальных сетях и сообщать о выходе новой партии одежды.

2.

расклейка объявлений с ре



Стоимость:



~3000 руб.



~1000 руб.



~1500-2000 руб.



~500 руб.



~900 руб.



~2500 руб.

Риски:

- отсутствием клиентов
- платежеспособность клиентов
- конкуренция
- срыв оказания плановых услуг
- инфляционные процессы



Стоимость регистрации фирмы: платим гос.пошлину?

Поскольку мы открываем ИП, нам нужно подать заявление об открытии в налоговую службу через сайт гос. услуги.

Через 5 дней получаем свидетельство об открытии ИП.



Спасибо за внимание!



Ключевые составляющие



Обученные кадры



Партнеры-практики и
партнеры-теоретики



Практическая работа
обучающихся



Введение основ
предпринимательской
деятельности в рамках
учебного плана и
внеклассных мероприятий
с основой на командо-
образование и социальное
партнёрство

Спасибо
за
внимание

Боярский Петр Владимирович