

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ


Министерство образования Свердловской области

Департамент образования Администрации города Екатеринбурга

МАОУ СОШ № 16

РАССМОТРЕНО

Руководитель ШМО
учителей истории и
обществознания

 Серова О.А.

Протокол № 1
от «27» августа 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора

 Лобастова Н.А.

УТВЕРЖДЕНО

Директор МАОУ СОШ № 16

 Тимошкина А.С.

Приказ № 511-д
от «27» августа 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

элективного курса «Основы маркетинга»

10 класс

Екатеринбург 2025

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Элективный курс «Основы маркетинга» выполняет функцию углубления раздела «Экономика» общеобразовательного предмета «Обществознание» в 10 классе социально-экономического профиля.

Содержание курса «Основы маркетинга» представляет собой комплекс знаний, отражающих основные объекты изучения: роль маркетинга в системе управления, маркетинговая среда, поведение потребителей на рынке, позиционирование предложения товара, сегментирование рынка, маркетинговая информация и маркетинговые исследования, товарная политика и политика ценообразования, распространение и продвижение товаров. Все обозначенные компоненты содержания взаимосвязаны. Как связаны и взаимодействуют друг с другом изучаемые объекты. Помимо знаний, в содержание курса входят навыки. Умения и ключевые компетентности, необходимые в маркетинговой сфере.

Курс «Основы маркетинга» формирует у школьников общие и в то же время достаточно цельные представления о процессах, связанных с маркетингом, бизнесом и управленческой деятельностью.. Логика и структура изложения курса позволяет формировать у обучаемых научный подход к расширенным экономическим проблемам. В то же время при преподавании курса большое внимание акцентируется внимание на практическое значение изучаемых научных понятий, избегается перегрузка материала отвлеченными понятиями, не подкрепленными примерами из реальной жизни. Основное содержание курса осуществляется с опорой на межпредметные связи с курсами обществознание (включая экономику, право).

Элективный курс «Основы маркетинга» призван дать начальные понятия о маркетинге. Программа содержит все сведения, необходимые для достижения запланированных целей обучения.

Цель данного курса – создание предпосылок для последующего профессионального обучения.

Задачи данного курса:

- погружение в атмосферу маркетинговой деятельности;
- ознакомление с целями и задачами маркетинга и особенностями его применения для производственных предприятий, организаций торговли, государственных учреждений, общественных организаций и отдельных людей;
- изучение основ бизнес-терминологии;
- формирование навыков рационального экономического поведения.

Данный курс должен помочь школьникам овладеть способами коллективной и индивидуальной деятельности, стать фактором формирования творческого мышления.

Методы преподавания определяются целями и задачами данного курса.

МЕСТО УЧЕБНОГО КУРСА В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

В учебном плане на изучение отводится 1 час в неделю, 34 часа в год.

Содержание элективного курса «Основы маркетинга»

Тема 1. Введение в маркетинг. Роль маркетинга в системе управления.

Возникновение и эволюция теории и практики маркетинга. Развитие отечественного маркетинга. Основные понятия маркетинга. Концепция маркетингового управления. Маркетинг в XXI веке.

Тема 2. Анализ маркетинговой среды.

Введение в анализ маркетинговой среды. Маркетинговая микросреда предприятия. Маркетинговая макросреда предприятия. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой.

Тема 3. Поведение потребителей на рынке.

Введение в анализ поведения потребителей. Поведение покупателей на потребительском рынке. Факторы, влияющие на поведение покупателей на потребительском рынке. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке. Рынок предприятий и организаций и поведение на нем потребителей.

Тема 4. Сегментирование рынка.

Основные понятия сегментирования рынка. Критерии сегментирования потребительского рынка. Требования, предъявляемые к сегментам рынка. Выбор целевых сегментов рынка.

Тема 5. Позиционирование рыночного предложения товара.

Введение в позиционирование предложения товара. Дифференцирование предложения товара. Стратегии позиционирования предложения товара. Этапы позиционирования предложения товара.

Тема 6. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования.

Система маркетинговой информации. Процесс маркетингового исследования.

Тема 7. Товарная политика.

Концепция товара. Классификация товаров. Товарный ассортимент. Создание новых товаров. Жизненный цикл товара. Использование товарных марок. Упаковка и маркировка товаров.

Тема 8. Политика ценообразования.

Введение в ценообразование. Факторы ценообразования. Определение исходной цены. Методы ценообразования. Скидки. Установление дискриминационных цен.

Тема 9. Распространение товаров.

Каналы распространения товаров. Товародвижение. Оптовая и розничная торговля.

Тема 10. Продвижение товаров.

Маркетинговые коммуникации. Реклама. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Формирование общественного мнения.

Требования к уровню освоения содержания курса

- учащиеся овладевают научными понятиями, объясняя изученные положения на предлагаемых конкретных примерах; способами социального и экономического действия;
- учащиеся решают познавательные и практические задачи, отражающие типичные экономические ситуации; применяют математические знания в экономической сфере;
- учащиеся овладевают умениями работы с разнообразными источниками информации; осуществляют поиск нужной информации по заданной теме в источниках различного типа

и извлечение необходимой информации из источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.);

- учащиеся самостоятельно создают алгоритмы познавательной деятельности для решения задач творческого и поискового характера;
- учащиеся участвуют в проектной деятельности, овладевают приемами исследовательской деятельности, элементарными умениями прогноза;
- учащиеся пользуются мультимедийными ресурсами, компьютерными технологиями для обработки, передачи, систематизации информации, презентации результатов познавательной и практической деятельности;
- в области коммуникативной компетенции учащиеся овладевают формами коллективной коммуникации и умениями управлять коллективом;
- в области социальной компетенции учащиеся овладевают основными типами социальных взаимодействий, учатся действовать в обществе с учетом интересов других людей, соотнося свои цели и задачи с интересами коллектива.

Этому способствуют занятия, которые планируется проводить в форме эвристических бесед, дискуссий, деловых игр, практикумов. Итогом работы будет являться презентация собственного проекта.

Планируемые результаты

Личностные результаты

Личностные результаты освоения обучающимися программы среднего общего образования по предмету «Обществознание» (базовый уровень) должны отражать готовность и способность обучающихся руководствоваться сформированной внутренней позицией личности, системой ценностных ориентаций, позитивных внутренних убеждений, соответствующих традиционным ценностям российского общества, расширение жизненного опыта и опыта деятельности в процессе реализации основных направлений воспитательной деятельности, в том числе в части:

Гражданского воспитания:

- сформированность гражданской позиции обучающегося как активного и ответственного члена российского общества;
- осознание своих конституционных прав и обязанностей, уважение закона и правопорядка;
- принятие традиционных национальных, общечеловеческих гуманистических и демократических ценностей; уважение ценностей иных культур, конфессий;
- готовность противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам;
- готовность вести совместную деятельность в интересах гражданского общества, участвовать в самоуправлении школы и детско-юношеских организаций;
- умение взаимодействовать с социальными институтами в соответствии с их функциями и назначением;

- готовность к гуманитарной и волонтерской деятельности.

Патриотического воспитания:

- сформированность российской гражданской идентичности, патриотизма, уважения к своему народу, чувства ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, свой язык и культуру, прошлое и настоящее многонационального народа России;
- ценностное отношение к государственным символам, историческому и природному наследию, памятникам, традициям народов России; достижениям России в науке, искусстве, спорте, технологиях, труде;
- идейная убежденность, готовность к служению Отечеству и его защите, ответственность за его судьбу.

Духовно-нравственного воспитания:

- осознание духовных ценностей русского народа;
- сформированность нравственного сознания, этического поведения;
- способность оценивать ситуацию и принимать осознанные решения, ориентируясь на морально-нравственные нормы и ценности;
- осознание личного вклада в построение устойчивого будущего;
- ответственное отношение к своим родителям, созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни в соответствии с традициями народов России.

Эстетического воспитания:

- эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, труда, общественных отношений;
- способность воспринимать различные виды искусства, традиции и творчество своего и других народов, ощущать эмоциональное воздействие искусства;
- убежденность в значимости для личности и общества отечественного и мирового искусства, этнических культурных традиций и народного творчества;
- стремление проявлять качества творческой личности.

Физического воспитания:

- сформированность здорового и безопасного образа жизни, ответственного отношения к своему здоровью, потребность в физическом совершенствовании;
- активное неприятие вредных привычек и иных форм причинения вреда физическому и психическому здоровью.

Трудового воспитания:

- готовность к труду, осознание ценности мастерства, трудолюбие;
- готовность к активной социально направленной деятельности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность;
- интерес к различным сферам профессиональной деятельности, умение совершать осознанный выбор будущей профессии и реализовывать собственные жизненные

планы; мотивация к эффективному труду и постоянному профессиональному росту, к учету общественных потребностей при предстоящем выборе сферы деятельности;

- готовность и способность к образованию и самообразованию на протяжении жизни.

Экологического воспитания:

- сформированность экологической культуры, понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды, осознание глобального характера экологических проблем;
- планирование и осуществление действий в окружающей среде на основе знания целей устойчивого развития человечества;
- активное неприятие действий, приносящих вред окружающей среде;
- умение прогнозировать неблагоприятные экологические последствия предпринимаемых действий, предотвращать их;
- расширение опыта деятельности экологической направленности.

Ценности научного познания:

- сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки, включая социальные науки, и общественной практики, основанного на диалоге культур, способствующего осознанию своего места в поликультурном мире;
- совершенствование языковой и читательской культуры как средства взаимодействия между людьми и познания мира; языковое и речевое развитие человека, включая понимание языка социально-экономической и политической коммуникации;
- осознание ценности научной деятельности, готовность осуществлять проектную и исследовательскую деятельность индивидуально и в группе;
- мотивация к познанию и творчеству, обучению и самообучению на протяжении всей жизни, интерес к изучению социальных и гуманитарных дисциплин.

В процессе достижения личностных результатов освоения обучающимися программы среднего общего образования (на базовом уровне) у них совершенствуется эмоциональный интеллект, предполагающий сформированность:

- самосознания, включающего способность понимать свое эмоциональное состояние, видеть направления развития собственной эмоциональной сферы, быть уверенным в себе в межличностном взаимодействии и при принятии решений;
- саморегулирования, включающего самоконтроль, умение принимать ответственность за свое поведение, способность адаптироваться к эмоциональным изменениям и проявлять гибкость, быть открытым новому;
- внутренней мотивации, включающей стремление к достижению цели и успеху, оптимизм, инициативность, умение действовать, исходя из своих возможностей;
- готовность и способность овладевать новыми социальными практиками, осваивать типичные социальные роли;

- эмпатии, включающей способность понимать эмоциональное состояние других, учитывать его при осуществлении коммуникации, способность к сочувствию и сопереживанию;
- социальных навыков, включающих способность выстраивать отношения с другими людьми, заботиться, проявлять интерес и разрешать конфликты.

Метапредметные результаты

Метапредметные результаты освоения программы среднего общего образования по предмету «Обществознание» (базовый уровень) должны отражать:

1. Овладение универсальными учебными познавательными действиями

Базовые логические действия:

- самостоятельно формулировать и актуализировать социальную проблему, рассматривать ее всесторонне;
- устанавливать существенный признак или основания для сравнения, классификации и обобщения социальных объектов, явлений и процессов;
- определять цели познавательной деятельности, задавать параметры и критерии их достижения;
- выявлять закономерности и противоречия в рассматриваемых социальных явлениях и процессах;
- вносить коррективы в деятельность (с учетом разных видов деятельности), оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности;
- координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия;
- развивать креативное мышление при решении жизненных проблем, в том числе учебно-познавательных.

Базовые исследовательские действия:

- развивать навыки учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыки разрешения проблем;
- проявлять способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов социального познания;
- осуществлять деятельность по получению нового знания, его интерпретации, преобразованию и применению в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов;
- формировать научный тип мышления, применять научную терминологию, ключевые понятия и методы социальных наук;
- ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;
- выявлять причинно-следственные связи социальных явлений и процессов и актуализировать познавательную задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения;

- анализировать результаты, полученные в ходе решения задачи, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях;
- давать оценку новым ситуациям, возникающим в процессе познания социальных объектов, в социальных отношениях; оценивать приобретенный опыт;
- уметь переносить знания об общественных объектах, явлениях и процессах в познавательную и практическую области жизнедеятельности;
- уметь интегрировать знания из разных предметных областей;
- выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения;
- ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения.

Работа с информацией:

- владеть навыками получения социальной информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;
- создавать тексты в различных форматах с учетом назначения информации и целевой аудитории, выбирая оптимальную форму представления и визуализации;
- оценивать достоверность, легитимность информации различных видов и форм представления (в том числе полученной из интернет-источников), ее соответствие правовым и морально-этическим нормам;
- использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности;
- владеть навыками распознавания и защиты информации, информационной безопасности личности.

2. Овладение универсальными коммуникативными действиями

Общение:

- осуществлять коммуникации во всех сферах жизни;
- распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты;
- владеть различными способами общения и взаимодействия; аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации;
- развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств.

Совместная деятельность:

- понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы;
- выбирать тематику и методы совместных действий с учетом общих интересов и возможностей каждого члена коллектива;
- принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по ее достижению: составлять план действий, распределять роли с учетом мнений участников, обсуждать результаты совместной работы;

- оценивать качество своего вклада и вклада каждого участника команды в общий результат по разработанным критериям;
- предлагать новые учебные исследовательские и социальные проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости;
- осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях, проявлять творчество и воображение, быть инициативным.

3. Овладение универсальными регулятивными действиями

Самоорганизация:

- самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и в жизненных ситуациях;
- самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений;
- давать оценку новым ситуациям, возникающим в познавательной и практической деятельности, в межличностных отношениях;
- расширять рамки учебного предмета на основе личных предпочтений;
- делать осознанный выбор стратегий поведения, решений при наличии альтернатив, аргументировать сделанный выбор, брать ответственность за принятое решение;
- оценивать приобретенный опыт;
- способствовать формированию и проявлению широкой эрудиции в разных областях знаний, постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень.

Самоконтроль:

- давать оценку новым ситуациям, вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям;
- владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований; использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;
- уметь оценивать риски и своевременно принимать решения по их снижению;
- принимать мотивы и аргументы других при анализе результатов деятельности.

Принятие себя и других:

- принимать себя, понимая свои недостатки и достоинства;
- принимать мотивы и аргументы других при анализе результатов деятельности;
- признавать свое право и право других на ошибки;
- развивать способность понимать мир с позиции другого человека.

Предметные результаты

Владеть знаниями об экономике как науке и хозяйстве, роли государства в экономике, в том числе государственной политике поддержки малого бизнеса и предпринимательства, конкуренции и импортозамещения, особенностях рыночных отношений в современной экономике; роли государственного бюджета в реализации полномочий органов государственной власти, механизмах принятия бюджетных

решений; особенностях профессиональной деятельности в экономической и финансовой сферах.

Применять знания о финансах и бюджетном регулировании при пользовании финансовыми услугами и инструментами, в том числе находить, анализировать и использовать информацию для принятия ответственных решений по достижению финансовых целей и управлению личными финансами при реализации прав и обязанностей потребителя финансовых услуг с учетом основных способов снижения рисков и правил личной финансовой безопасности.

Оценивать социальную информацию по проблемам экономической жизни общества, в том числе поступающую по каналам сетевых коммуникаций, определять степень достоверности информации.

Тематическое планирование

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Кол- во часов	Электронные (цифровые) образовательные ресурсы
1.	Введение в маркетинг	3	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
2.	Основные понятия маркетинга	2	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
3.	Роль маркетинга в системе управления	2	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
4.	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	4	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
5.	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка	5	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
6.	Позиционирование рыночного предложения товара.	3	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
7.	Этапы позиционирования предложения товара	3	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
8.	Система маркетинговой информации.	4	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
9.	Процесс маркетингового исследования	3	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
10.	Концепция товара. Товарный ассортимент.	1	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
11.	Создание новых товаров. Использование товарных марок.	1	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
12.	Факторы ценообразования. Методы ценообразования.	1	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
13.	Товародвижение	1	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418

14.	Маркетинговые коммуникации.	1	Библиотека ЦОК https://m.edsoo.ru/7f41c418
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММЕ		34	

Поурочное планирование

№ п.п	Тема урока	Кол-во часов	дата
1	Введение в маркетинг	1	
2	Введение в маркетинг	1	
3	Введение в маркетинг	1	
4	Основные понятия маркетинга	1	
5	Основные понятия маркетинга	1	
6	Роль маркетинга в системе управления	1	
7	Роль маркетинга в системе управления	1	
8	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
9	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
10	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
11	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
12	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
13	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
14	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
15	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
16	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
17	Позиционирование рыночного предложения товара.	1	

18	Позиционирование рыночного предложения товара.	1	
19	Позиционирование рыночного предложения товара.	1	
20	Этапы позиционирования предложения товара.	1	
21	Этапы позиционирования предложения товара.	1	
22	Этапы позиционирования предложения товара.	1	
23	Система маркетинговой информации	1	
24	Система маркетинговой информации	1	
25	Система маркетинговой информации	1	
26	Система маркетинговой информации	1	
27	Процесс маркетингового исследования	1	
28	Процесс маркетингового исследования	1	
29	Процесс маркетингового исследования	1	
30	Концепция товара. Товарный ассортимент.	1	
31	Создание новых товаров. Использование товарных марок.	1	
32	Факторы ценообразования. Методы ценообразования.	1	
33	Товародвижение	1	
34	Маркетинговые коммуникации.	1	

Учебно-методическое обеспечение образовательного процесса

- 1.Гудырин С. Основы маркетинга. 10-11 классы. Элективный курс. Пособие для учителя «Вита-пресс», 2005
- 2.Лазебникова А.Ю. Обществознание. Примерные рабочие программы.
- 3.Предметная линия учебников под редакцией Л.Н.Боголюбова. 10 – 11 классы: учеб. пособие для общеобразоват. организаций: базовый уровень / А.Ю. Лазебникова, Н.И.Городецкая, Л.Е. Рутковская. – М.: Просвещение, 2022.
- 4.Боголюбов Л. Н., Аверьянов Ю. И., Белявский А. В. и др. Обществознание. 10 класс. Базовый уровень/ под ред. Л.Н.Боголюбова, А.Ю. Лазебниковой, М.В. Телюкиной – М.: Просвещение, 2022.
5. Боголюбов Л. Н., Лазебникова А. Ю., Аверьянов Ю. И. и др. Обществознание. Поурочные разработки. 10 класс. Базовый уровень /

под ред. Л.Н.Боголюбова. – М.: Просвещение, 2022.

6. Котова О.А., Лискова Т.Е. Обществознание. Тетрадь-тренажёр. 10 класс. Базовый уровень.- М.: Просвещение, 2022.

Цифровые образовательные ресурсы и ресурсы сети интернет

Официальный интернет-портал правовой информации- <http://pravo.gov.ru/>

Президент России — гражданам школьного возраста- <http://www.uznay-prezidenta.ru>

Государственная Дума: официальный сайт- <http://www.duma.gov.ru>

Федеральная служба государственной статистики: базы данных, статистическая

информация- <http://www.gks.ru>

Московская школа прав человека- <http://www.mshr-ngo.ru>

Социальные и экономические права в России- <http://www.seprava.ru>

Соционет: информационное пространство по общественным наукам
<http://socionet.ru>

СМИ.ru — средства массовой информации в Интернете: каталог российских СМИ

<http://www.smi.ru>

Центр «Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования» -
<https://fmc.hse.ru/>

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 303540294533635982749676679132712847518854643115

Владелец Тимошкина Анна Сергеевна

Действителен с 14.03.2025 по 14.03.2026