Қазақстан Республикасының білім және ғылым министрлігі
Министерство образования и науки Республики Казахстан
«Атбасар ауданы, Атбасар қаласы, аграрлық - индустриялық колледж»
МКҚК
ГККП «Аграрно-индустриальный колледж, город Атбасар, Атбасарский район»

БЕКІТЕМІН
Басшының оқу жұмысы
бойынша орынбасары
УТВЕРЖДАЮ
Заместитель
руководителя
по учебной работе
_____ С.Баций
_____2021г

Жұмыс оқу бағдарламасы
Рабочая учебная программа

Пәннің атауы: Нарықтық экономика негіздері

Наименование дисциплины: Основы рыночной экономики

Мамандық 07161300 « Автомобиль көлігіне техникалық қызмет көрсету,жөндеу және пайдалану»

Специальность 07161300 «Техническое обслуживание ,ремонт и эксплуатация автомобильного транспорта»

Біліктілік 3W07161301 «Автомобильдерді жөндеу жөніндегі слесарь»

Квалификация 3W07161301 «Слесарь по ремонту автомобильного транспорта »

Оқу түрі: негізгі орта білім негізіе күндізгі

Форма обучения очная на базе основного среднего образования

Сағаттардың жалпы саны/Общее количество часов 20

Әзірлеуші/ Разработчик(-и) _____Досмуханов.К.А

Оқу-әдістемелік кеңестің отырысында қаралып бекітілді.

Рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методического совета

2021 ж. «__31_»_08__№ _1 _ хаттама

Протокол№_1_« _31__»__08__2021г

Төраға /Председатель _____ Р.Кашпасова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Одной из важнейших задач современной школы является формирование экономического мышления у школьников, направленного на развитие у них творческого поиска, инициативы, предпринимательства. Изучение экономики и применение её принципов помогают разобраться в том, какие мотивы и стимулы определяют поведение миллионов людей, участвующих в рыночной экономике в качестве потребителей, владельцев бизнеса, менеджеров, наемных работников, инвесторов и государственных служащих, и понять, какие последствия имеют ежеминутно и повсеместно совершаемые ими экономические решения. Актуальность введения элективного курса по экономике объясняется следующими причинами: переходом РК на рыночные отношения и необходимостью повышения экономических знаний у учащихся; недостаточными знаниями учащихся школы в экономических вопросах и заинтересованностью школьников в данной проблеме. Содержание среднего (полного) общего образования на профильном уровне по экономике представляет комплекс знаний по экономике, минимально необходимый современному гражданину РК . Он включает общие представления об экономике как хозяйстве и науке, об экономике семьи, фирмы и государства, в том числе в международной сфере. Основные содержательные линии: основные концепции экономики ;микроэкономика; макроэкономика и международная экономика. Все означенные компоненты содержания взаимосвязаны, как связаны и взаимодействуют друг с другом изучаемые объекты. Помимо знаний, в содержание курса входят навыки, умения и ключевые компетентности, необходимые для будущей работы в экономической сфере. Содержание курса обеспечивает преемственность по отношению к основной школе путем углубленного изучения, прежде всего, экономики фирмы и государства. Наряду с этим, вводятся ряд новых, более сложных вопросов, понимание которых необходимо будущему экономисту. Освоение нового содержания осуществляется с опорой на межпредметные связи с курсами обществознания, математики, истории, географии, права, литературы и др.

2. Тематический план и содержание дисциплины
2.1 Тематический план дисциплины

№ п/п	Тақырыптардың атауы Наименование тем	Оқу сағаттарының саны Количество учебного времени часов		
		Всего	В том числе	
			Теоретич.	Практич.
1	2	3	4	5
	Раздел 1. Введение в рыночную экономику	12	12	*
1	Тема.1.1 Введение в рыночную экономику. Понятие и типы экономики	*	*	*
2	Тема.1.2 Организация рыночной экономики	*	*	*
3	Тема.1.3 Проблемы и условия развития экономики	*	*	*
4	Тема.1.4 Конкуренция и ее виды	*	*	*
5	Тема.1.5 Формы предпринимательской деятельности	*	*	*
6	Тема.1.6 потребитель	*	*	*
	Раздел 2. Маркетинг	8	8	*
7	Тема.2.1 Понятие маркетинга	*	*	*
8	Тема.2.2Маркетинговые исследования рынка	*	*	*
9	Тема.2.3Разработка целевого рынка	*	*	*
10	Тема.2.4Жизненный цикл продукции	*	*	*
11	Всего по дисциплине ;	20	20	*

Содержание типовой учебной программы дисциплины

Введение

Раздел 1. Введение в рыночную экономику

Тематическое планирование курса по предмету Основы «рыночной экономики»

Тема.1.1 Введение в рыночную экономику. Понятие и типы экономики

Содержание представляет комплекс знаний по экономике , минимально необходимый современному гражданину Республика Казахстан . Он включает общее представление об экономики как хозяйстве и науки об экономики семьи фирмы и государства , в том числе между народной сфере .

Тема.1.2 Организация рыночной экономики

Рынок - это конкретная форма проявления товарного обмена и обращения, где функционирует торговый капитал и не только он. Отсюда рынок как экономическая категория есть совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда.

Тема.1.3 Проблемы и условия развития экономики

В экономике, особенно в рамках рыночных отношений, существует ряд фундаментальных проблем, решение которых на различных этапах вносит качественные изменения в работу всей национальной хозяйственной системы. Экономика испытывает следующие проблемы Что производить? Здесь решается вопрос о товарах и услугах, которые будут востребованы на рынке. Как производить? Рассматривается перечень имеющихся технологий и ресурсов, способных обеспечить необходимый объем выпуска. Производственная функция в данном случае зависит от капитала, трудовых и природных ресурсов. Различные комбинации позволяют достигать серьезных качественных изменений в структуре экономики. Для кого производить? Здесь поднимается вопрос распределения готовой продукции и услуг между потребителями. Распределение может быть на основе уравнивания, количества приложенного труда, а также ресурсного вклада в производство.

Тема.1.4 Конкуренция и ее виды

Виды конкуренции:

1 Совершенная конкуренция. При данном виде конкуренции «соперничество» на рынке осуществляется между большим количеством продавцов (предпринимателей). Продавцы (предприниматели) не оказывают значительного влияния на цену. Весь товар, находящийся на данном рынке, однотипен и информация о нем открыта. Чаще всего подобный вид конкуренции можно наблюдать на рынке товаров сельского хозяйства.

2 Монополистическая конкуренция. В монополистической конкуренции, как и в совершенной конкуренции, участвует много продавцов. Продавцы (предприниматели) оказывают незначительное влияние на цены товара (или услуги).Весь товар (или услуги)

на рынке носит дифференцированный характер, то есть, различны по своему характеру. Весь товар открытой информации. Такую конкуренцию можно встретить, например, на рынке бытовой техники.

3 Олигополия. Количество продавцов (предпринимателей) уменьшается по сравнению с совершенной и монополистической видами конкуренции. В олигополии число продавцов ограничивается от 2 до 5 предпринимателей. При олигополии конкуренция больше походит на «сговор», «договоренность». Весь товар на рынке может быть и открытым, и дифференцированным.

4 Монополия. Приставка «моно» обозначает «один». Это уже подсказывает нам, что количество продавцов на рынке – один. Цена товара зависит от продавца, то есть, определяется монополистом. Но все же она ограничивается. Нельзя сказать, что монополист может выбрать абсолютно любую цену. Если цена будет слишком сильно завышена от равновесной цены, то продавец не сможет продать весь свой товар. Поскольку, на рынке, при данном типе конкуренции, участвует лишь один предприниматель, то его товар считается уникальным.

Тема.1.5 Формы предпринимательской деятельности

Существует две основные формы предпринимательской деятельности, в которых можно осуществлять деятельность: – индивидуальная предпринимательская деятельность (ИП, фермерские хозяйства) – хозяйственная организация (коммерческая, некоммерческая).

Тема.1.6 потребитель

Потребитель — является гражданин.РК имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд

Раздел 2. Маркетинг

Тема.2.1 Понятие маркетинга

организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации

Тема.2.2Маркетинговые исследования рынка

Маркетинговые исследования — это такая работа маркетолога, которая дает компании нужную для работы информацию. Конкурентоспособность компании определяется умением работать на основании точных данных, а не полагаясь на одну интуицию.

Тема.2.3Разработка целевого рынка

Выбор целевого рынка. Целевой рынок это особая группа потребителей, чьи нужды собирается удовлетворять предприятие.

Тема.2.4Жизненный цикл продукции

Жизненный цикл изделия (жизненный цикл продукции) — совокупность явлений и процессов, повторяющаяся с периодичностью, определяемой временем существования типовой конструкции изделия от её замысла до утилизации или конкретного экземпляра изделия от момента завершения его производства до утилизации .Является частным случаем жизненного цикла системы применительно к изделиям промышленного производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Автономов В.С. Введение в рыночную экономику. 10,11 кл. 2017 г.

2. Равичев С. А., Григорьев С. Э., Протасевич Т. А. Современная экономика: Программа и сборник учебных материалов. 2015.

3. Мицкевич А.А. Сборник заданий по рыночной экономике: Для учащихся 9-11 классов. 2016.

4. Травин Е. В. Уроки экономики. Пособие для учителей по рыночной экономики

5. Иванов С. И. и др. Преподавание курса « Основы экономической теории». 10-11 кл. Пособие для учителей.

6. Равичев С. А., Горигорьев С. П., Протасевич Т. А. и др. Сборник тестовых заданий по рыночной экономике..