

РЪКОВОДСТВО ЗА УЧИТЕЛЯ

**ПРЕПОРЪКИ ЗА РАБОТА
С УЧЕБНИКА ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
ЗА 8 КЛАС**

на проф. **КИРИЛ ТОДОРОВ**

**МАРТИЛЕН
2023**

С този материал авторът цели:

- Да помогне на преподавателите, които са избрали да работят с това издание.
- Да осигури възможност на учениците чрез своя преподавател да усвоят преди всичко **Какво е предприемачеството? Какво представлява фигурата на предприемача и каква е неговата роля в обществото**, както и някои непознати икономически понятия.
- Да улесни работата на учителя, използвайки Примерното годишно разпределение на учебните теми.
- Да насочи преподавателя как да използва предложените практически материали – задачи, отворени въпроси, казуси и тестове за проверка на усвояения материал.

Много от темите в това изложение поради невъзможност да се развият в пълнота, са допълнени с озвучени презентации.

**Презентациите се отварят
чрез сканиране от личния телефон,
когато срещнете в учебника този знак.**



*За целта е необходимо да притежавате приложение за сканиране на **QRКОДОВЕ**, което можете да изтеглите безплатно.*

Обемът на упражненията надхвърля допустимото за един учебен час, но това ще ви даде възможност да подберете онези упражнения, казуси и задачи, които са най-подходящи за вашите ученици.

*Тъй като материалът е предназначен за ученици, които все още не познават икономическите понятия, сме се постарали да бъдем кратки и доколкото позволява **ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО** – разбираеми.*

***ОБЪРНИ ВНИМАНИЕ** – във всяка тема са изяснени всички нови понятия.*

*С надеждата, че сме направили нещо различно,
Ви пожелаваме успешна работа !*

Целите на обучението по Предприемачество за 8. клас са представени в учебната програма, според която обучението по предприемачество помага за развитието на креативността, критичното мислене, комуникационните и лидерски умения, които са необходими за успешната кариера и личностното израстване на учениците.

Виж Учебна програма



Учебната програма за 8 клас дефинира основните цели на обучението по учебния предмет, в т.ч.:

- усвояване на базисни познания за предприемачеството;
- възпитаване в инициативност и предприемчивост;
- формиране на култура на предприемаческо мислене;
- формиране на умения и нагласи за предприемаческо поведение;
- изграждане на позитивно отношение към предприемачеството като възможен избор на кариера.

Съдържанието на учебника е предвидено общо за 36 учебни часа, но търпи промени в зависимост от учебния план по който се работи в Вашето училище. То е съобразено с препоръчителното процентно разпределение в учебната програма, като поставя малко по-голям акцент върху часовете за практически дейности.

Съдържанието на учебника съдържа 16 урочни единици, представени в два раздела:

ОСНОВИ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО и ФИГУРАТА НА ПРЕДПРИЕМАЧА

Всяка урочна единица е представена в традиционна форма на изложение, с което се надяваме, че Вие, преподавателите, ще бъдете улеснени. Тя е разработена в две части – теоретична, в която е изложена в сбита форма най-важната информация, която учениците трябва да запомнят и знаят. Тук на помощ идват **QR КОДОВЕТЕ**, чрез които ще можете да си набавите допълнителна информация – обикновено във формата на презентации.

След всяка тема има упражнения за усвояване на материала. Те следват една и съща последователност:

- Въпрос, който връща ученика в текста и така му помага да допрочете и усвои теорията.
- Въпроси и задачи, които провокират мисленето и разбирането на урока.
- Тестове, които е добре да се използват за проверка на усвоените знания.
- Понятия и термини, които се налага да се усвоят в съответната тема – презумпцията на Автора и издателя тези термини да се използват за определяне на входното ниво при всеки следващ урок.

Според **разпределението**, упражненията са предвидени след всеки два урока, но нашето мнение е, че е добре знанията да се затвърждават в рамките на самия урок и чрез поставените задачи материалът да се усвоява.

Организирането на учебните дейности следва препоръчаните в учебната програма подходи и инструменти:

Като основни методи на обучение, съгласно препоръките на учебната програма са използвани разнообразни инструменти – казуси, ролеви игри, мозъчна атака, симулация, е-обучение и др., като основно място заема **дискусията** (както по време на преподаване на нови знания, така и по време на упражнения).

Освен чисто познавателната страна на процеса, учениците имат възможност чрез този учебник да изследват своите емоции и нагласи към предприемачеството.

Задачите в упражненията са подходящи както за индивидуална работа, така и за екипна работа.

ВАЖНО !

Предвидените упражнения във всички уроци насърчават креативността и увереността на учениците, вземането на решения и изграждането на умения за работа в екип.

ЗАПОМНИ !

В края на обучението учениците трябва да са развили полезни умения, които да служат в професионалното им развитие, а именно:

- прилагане на креативни методи и техники за идентифициране на възможности и създаване на бизнес идеи;
- оценка на бизнес идеи за наличие на пазарен шанс;
- ограничаване и оценяване на различните влияещи фактори (външни и персонални) върху предприемаческия процес;
- прилагане на техники и инструменти за управление на времето и вземане на решения;
- формулиране на цели и планиране на дейности и ресурси за постигането им;
- разработване на устойчив бизнес модел;
- разработване на базисен бизнес план;
- представяне на себе си и резултатите от своя труд;
- работа в екип;
- работа по проект.

ОБЪРНИ ВНИМАНИЕ !

1. КЪМ УЧЕБНИКА В САЙТА, В КОЙТО СЕ НАМИРАТЕ (В МЕНЮ ИЗДАНИЯ / УЧЕБНИЦИ С ТЕСТОВЕ), СМЕ ВИ ПРЕДОСТАВИЛИ ДВА ТЕСТА ЗА САМООЦЕКА НА УЧЕНИЦИТЕ В ЕЛЕКТРОНЕН ВИД. МОЛЯ, ПОЛЗВАЙТЕ ГИ!
2. КЪМ УЧЕБНИКА ИМА РАЗРАБОТЕНА ДЕМО ВЕРСИЯ, КОЯТО ЩЕ ВИ ПОМОГНЕ ДА РАЗБЕРЕТЕ КАК ДА ИЗПОЛЗВАТЕ ДАДЕНИТЕ УПРАЖНЕНИЯ.

ПРИМЕРНИ РАЗРАБОТКИ НА УРОЦИ ПО РАЗДЕЛИ

Ще се спрем на онези уроци – теми, които имат важно значение за полагане на теоретичните основи на предприемачеството.

ТЕМА 9 ще бъде разгледана накрая, защото нашето мнение е, че учениците на този етап нямат необходимите знания да правят бизнес проект.

ВЪВЕДЕНИЕ

Заставайки пред учениците още в първия час е добре да подчертаете необходимостта да се учи предприемачество, което е все по-актуално в съвременния свят, където конкуренцията, иновациите и технологиите се променят бързо и непредсказуемо.

И тук още сега изяснете:

- *същността на предприемачеството* – това не е само способността да създаваш и развиваш свой бизнес, но и нагласа, която те мотивира да търсиш нови възможности, да решаваш проблеми и да работиш в екип;
- *мотивите да се учи предприемачество* – то помага за развитието на креативността, критичното мислене, комуникационните и лидерски умения, които са необходими за успешната кариера и личностното израстване.
- *какво представлява фигурата на предприемача и каква е неговата роля в обществото?*

Разбира се, поставянето на тези въпроси и намирането на съответните отговори зависи от **спецификата на обществото и икономиката**. С други думи, както практиката на предприемачеството, така и неговото научно (системно) осмисляне преминават една дълга еволюция, докато се стигне до днешното им проявление и разбиране.

Оставете си един час за това въведение. То ще ви помогне и спести време в процеса на работа, когато навлезете в същността на предприемачеството.

ЗАЩО Е ТАКА ?

Защото предприемачеството е част от новата икономика, основана на знанието и изискваща нови идеи, нови решения; на стремежа на хората (на първо място младите хора) да бъдат икономически независими, да се изявяват и да се самоусъвършенстват, и като резултат – да изградят свой привлекателен бизнес, създавайки възможности за развитие и на други хора.

Тук е необходимо да отделите време, да поставите началото на икономическите знания, като въведете нов понятиен апарат, върху който ще построите разбирането на учениците за предприемачеството – на помощ са ви предложени две презентации:

Виж презентации

Икономически живот на човечеството

Що е икономика



Надградете икономическите понятия:

ИКОНОМИКА –

Какво означава думата ИКОНОМИКА – това е наука, която изучава:

- съвкупността от разностранните дейности на хората, свързани в единно цяло, което обхваща производството, потреблението и търговията на стоки и услуги;
- това е един непрекъснат стремеж с определени разходи да се постигнат максимални ползи.

Икономиката се отнася за всички – **отделните лица, организациите и правителството**. Наричаме я голямата икономика. Икономиката на определен регион или страна зависи от нейната култура, история, ресурси, закони и начини на управление. Поради това няма две еднакви икономики.

Икономиката на човека и семейството (личната икономика) е в основата на голямата икономика. От икономическото поведение на всеки един от нас зависи цялото търсене и потребление в икономиката и следователно всички доходи на хората, на предприятията и на държавата.

ЛИЧНАТА ИКОНОМИКА засяга личното финансово положение на всеки един човек – как човек управлява парите си и какви решения взема ежедневно, за да подобри или влоши финансовото, а и социалното си положение! В крайна сметка може да се каже, че **ЛИЧНАТА ИКОНОМИКА Е ТОВА, КОЕТО ВСЕКИ ПРАВИ ЗА СЕБЕ СИ**.

ИКОНОМИЧЕСКА НАУКА – система от знания за функционирането и развитието на икономиката.

МИКРОИКОНОМИКА – дял от икономическата теория, който изучава поведението на индивиди, домакинства, фирми, пазари.

МАКРОИКОНОМИКА – дял от икономическата теория, който изучава функционирането и развитието на икономиката на държавата.

ПРОИЗВОДСТВО – сфера на икономиката, която преобразува ограничени ресурси в полезни продукти.

ПОТРЕБЛЕНИЕ – процес на използване на богатата за нуждите на хората.

ПРОИЗВОДСТВЕНИ РЕСУРСИ – всичко, което се използва в производството – труд, природни дадености, капитал и предприемачество.

ИКОНОМИЧЕСКИ БЛАГА – всичко, което е изход на системата на икономиката и отива за потребление от хората или за по-нататъшно производство.

ЕФЕКТИВНОСТ – получаване на максимални резултати при определени разходи.

Оценете усвоените допълнените понятия по Икономика с примери от личната икономика на всеки един ученик.

ОСНОВИ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

1. СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

Цел на урока

Усвояване на знания за **същността и мотивите на един човек да бъде предприемач.**

Вашите задачи

- да направите входен тест за термините по икономика, за да сте уверени, че може да надграждате .
- да определите идеята нов продукт или услуга (инициатива) като основа на предприемаческата дейност.
- да изведете отличителните характеристики на предприемача – иноватор.
- да разясните понятията с примерите, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - предприемач;
 - идея, инициатива (иновация);
 - индивидуален предприемач – предимства, недостатъци, примери;
 - фамилен бизнес – предимства, недостатъци, примери;
 - корпоративно предприемачество;
 - корпоративен предприемач – корпоративна култура и корпоративен стремеж;
 - собственик и мениджър.

Препоръчителни дейности

В началото на урока актуализирайте знанията на учениците от увода, свързани с информацията за ролята на предприемачите.

Дефинирайте КОЙ е предприемачът – човекът, който носи идеята и който има:

- **мотив (желание)** – за печалба, за изява, за превъзходство над другите, за свобода, за независимост;
- **инициатива** – да се търсят и откриват нови начини за бизнес;
- **лични качества** – енергия, упоритост, състезателен дух;
- **специфични знания и умения;**
- **предприемаческо поведение;**
- **минимум собствени или от роднини средства;**
- **умения да се изчисли и осмисли рискът, който може да бъде поет, т.е. доколко може да се губят средства.**

Дайте пример за иновация – нов продукт, нов процес, нова услуга.

Използвайте презентацията за ролята на предприемача като двигател на икономиката.

Виж повече за предприемачеството като двигател на икономическото развитие.



Въведете понятията за трите вида предприемачи – индивидуално предприемачество, фамилен бизнес и корпоративно предприемачество. Оставете учениците сами да дадат примери за трите вида предприемачи и предприемачество. Дискутирайте, както и използвайте казусите за групово решение (зад 1.2).

Нека учениците отговорят на поставения въпрос: Какво ги мотивира да предпочетат даден избор (идея) пред друг? (Използвайте показаните потенциални възможности).

Обърнете особено внимание на корпоративното предприемачество – разгледайте презентацията за корпоративно предприемачество – зад. 1.3, казус 2.

Виж презентация

Корпоративно предприемачество



За да обобщите предадения материал, най-добре всички да решат задача 1.4, казус 1.

Използвайте теста, за да оцените наученото

1. Кой учен се смята за водещ изследовател в областта на предприемачеството?

- А) Стив Джобс;
- Б) Лестър Търоу;
- В) Питър Дракър;
- Г) Бил Гейтс.

2. Кои фирми са по-устойчиви по време на криза – фамилените или нефамилните и защо?

- А) Фамилните, защото собствениците са по-предпазливи в поведението си, тъй като желаят да запазят бизнеса си за наследниците;
- Б) Нефамилните, защото собственикът действа в сравнително неограничена среда;
- В) Фамилните, защото повече от 51% от собствеността е в ръцете на семейството;
- Г) Фамилните и нефамилните фирми са еднакво устойчиви, защото няма съществени разлики между тях.

3. Кога е налице фамилен бизнес?

- А) Когато 50% от собствеността са в ръцете на семейството;
- Б) Когато по-малко от 51% от собствеността са в ръцете на семейството;
- В) Когато семейството държи 51% от собствеността на фирмата;
- Г) Когато семейството притежава по-малко то 49% от собствеността.

4. Корпоративният предприемач е?

- А) Човек, който развива предприемаческа дейност като сътрудник;
- Б) Човек, който развива предприемаческа дейност като собственик в голяма фирма;
- В) Човек, не притежаващ умения за работа в екип;
- Г) Човек, който поема смело рискове.

5. Коя цел не е предмет на вътрешното предприемачество:

- А) Бързата реакция на промени на пазара;
- Б) Бързата реализация на нововъведения;
- В) Новаторският и творческият потенциал на сътрудниците;
- Г) Ефективното използване на ресурсите на предприятието.

6. Коя дума е характерна за понятието предприемачество?

(има повече от един верен отговор)

- А) иновации;
- Б) конкуренция;
- В) инициативност;
- Г) риск;
- Д) платежоспособност;
- Е) приходи.

Важно е учениците сами да решат казус 2. – Вие изберете дали ще го възложите за домашна или за самостоятелна работа. Така ще проверите могат ли да разберат какво е новата идея – иновация.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

2. ВИДОВЕ ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Цел на урока

Усвояване на:

- същността на предприемаческия процес в зависимост от областта, в която се развива;
- основните елементи на предприемаческия процес в зависимост от областта, в която се развива;
- факторите, които влияят върху иновативността в предприемаческия процес в зависимост от областта, в която се развива той;
- поведението на предприемача във всеки един случай.

ОБЪРНИ ВНИМАНИЕ !

Разгледаните в този урок видове предприемачество са характерни за новата икономика и са **свързани с всички видове услуги**, на които се градят модерните икономики на развитите държави.

Вашите задачи

- да направите входен тест за термините, изучени в предишния урок, за да сте уверени, че може да надградите.
- да запознаете учениците какви може да **бъдат предприемаческите идеи** в различните области, където се прилага предприемачеството.
- да изведете отличителните характеристики на предприемача в различните области.
- да обърнете специално внимание и разработите идеите за социалното и креативното предприемачество, като използвате посочените примери.
- да разясните понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят с примерите от урока:
 - пазарна ориентация;
 - социални услуги;
 - социален ефект;
 - социално предприемачество;
 - креативно предприемачество;
 - застрахователна дейност;
 - авторско право;
 - интелектуална собственост;
 - търговска марка;
 - патент.

Препоръчителни дейности

В началото на урока актуализирайте знанията на учениците от предишния урок за същността на предприемаческата дейност.

Въведете новите понятия за всички видове предприемачество заедно с учениците, като използвате диалога за помощник.

Спрете се подробно на социалното предприемачество и всички възможни дейности, свързани с него. Спрете се на личните качества, които трябва да има социалният предприемач. Това е важно, защото по този начин се възпитават основни морални ценности у младите хора. Тези дейности не са само средство за печалба, а и необходимост да се помага на ближния (**зад. 2.1, зад. 2.2**). **Нека всеки ученик да даде пример за идея със социална насоченост.**

Тук е моментът да изясните понятието креативност, което ще ви трябва и по-нататък.

Креативността често се определя като съвкупност от въображение, вдъхновение, парадоксално мислене и дори гениалност. Творческото мислене често изисква комплекс от познания, напълно отделени от обичайното.

За хората, чиито умове създават оригинални идеи, реализирани в добри проекти казват, че са креативни.

Ето няколко отличителни черти на креативните личности.

- **ТЕ МЕЧТАЯТ.** Мечтите са хубаво нещо, но изискват и време. Мечтаейки, креативните хора добиват вдъхновение, което привидно идва от нищото.
- **ТЕ НАБЛЮДАВАТ ВСИЧКО.** Креативните хора виждат възможност във всичко около тях. Записват на каквото им попадне, за да не загубят идеята си.
- **ТЕ СА ПРОДУКТИВНИ В ОПРЕДЕЛЕНИ ЧАСОВЕ.** Те почти никога не работят по осем часа, както са повечето хора, защото за добрите идеи работно време няма.
- **ЧЕСТО ИМАТ НУЖДА ДА СЕ УСАМОТЯТ.** За да бъде отворен към творческия процес и вдъхновението, креативният човек се нуждае от някакво време, в което да бъде сам със себе си.
- **ТЕ ТЪРСЯТ НОВИ ПРЕЖИВЯВАНИЯ.** Креативният човек винаги търси нови преживявания, усещания и състояния на ума.
- **ПОСТОЯННО ПИТАТ И ПРОЯВЯВАТ ЛЮБОПИТСТВО.** Креативната личност изследва живота още от ранна детска възраст. В повечето случаи тези хора са комуникативни личности, жадни за нови знания.
- **ТЕ НЕ СПИРАТ ДА НАБЛЮДАВАТ ХОРАТА ОКОЛО СЕБЕ СИ.** Креативните хора могат да прекарат часове, наблюдавайки хората около себе си. Любопитството и изучаването на човешката природа са моментите, в които могат да създадат най-добрите си идеи и проекти.
- **СЛЕДВАТ СВОИТЕ СТРАСТИ.** Склонни са да бъдат непрестанно мотивирани, което означава, че мотивацията им често е подтикната от вътрешни же-

лания, а не от стремеж за похвала или възнаграждение. Те винаги намират начин да изразят себе си.

- **ОБГРАЖДАНЕ С КРАСОТА.** Обичат красивите цветове и държат около тях да има такива, както и предмети, които ги карат да се чувстват добре.
- **ТЕ СА ИМПРОВИЗАТОРИ.** Могат да намерят решения дори в неочаквана ситуация

Спрете се по-подробно на креативното предприемачество, което е елемент от съвременната култура. Дискутирайте. Какво отличава креативния предприемач – **(зад. 2.3)**

Креативният предприемач е този, който може да измисли и реализира нови идеи, които решават проблеми или удовлетворяват нужди на пазара. Той е мотивиран от своята страст, визия и цели, а не от външни фактори. Креативният предприемач е лидер, който може да вдъхновява и мобилизира други хора да работят заедно за обща кауза **(зад. 2.3, зад. 2.4, зад. 2.5, зад. 2.6)**

Нека учениците отговорят на поставения въпрос: Какво ги мотивира да направят своя избор на креативност пред друг? Дискутирайте.

Използвайте теста, за да оцените наученото

1. От кого е употребен за първи път терминът „креативна икономика“?

- А) Питър Дракър;
- Б) Дж. Хоукинс;
- В) Х. Джонсънс;
- Г) Стив Джобс.

2. С какво се отличава креативният предприемач?

(има повече от един верен отговор)

- А) Той не притежава предприемачески умения, а се доверява на останалите;
- Б) Той не притежава комуникативни умения;
- В) Той е по-отговорен към своята кариера и се идентифицира с нея;
- Г) Той не притежава лидерски умения.

3. Социалният предприемач се отличава с:

- А) дейност, насочена в подкрепа на обществото;
- Б) неумение за работа с хора;
- В) цели, свързани с печалба;
- Г) създаване на ползи за собствен интерес.

4. Стойността на продукта на арт предприемачеството зависи от:

- А) личните интереси;
- Б) риска;

- В) капитала;
- Г**) артистичния и човешкия талант.

5. Кой елемент е ключов в креативната индустрия?

- А) свободното използване на авторските права;
- Б**) защитата на интелектуалната собственост;
- В) създателят да няма авторски права върху произведенията;
- Г) създателят на произведението не може да попречи на неговото публично представяне в една или друга форма.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

3. ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ИНОВАЦИИ

Цел на урока

Усвояване на:

- отличителните характеристики на предприемача – иноватор;
- иновацията и видовете иновации;
- бизнес иновацията като основа на предприемаческата дейност във фирмата.

Вашите задачи

- да определите иновацията като основа на предприемаческата дейност и да го докажете в изложението с примери;
- да направите характеристика на процеса на иновацията и видовете иновации;
- да характеризирате иновацията и видовете иновации в промишленото предприятие, търговското предприятие, финансовото предприятие, консултантското, социалното т.н.;
- да разясните понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят с примери, в т.ч.:
 - продукт;
 - услуга;
 - производство;

- иновация;
- иновативен процес;
- вътрешна иновация;
- иновативна фирма;
- търговска марка;
- пазар;
- приходи;
- разходи;
- клиент.

Препоръчителни дейности

В началото на урока проверете знанията на учениците от предишния урок с входен тест за понятията.

Обърни внимание и започни със:

ЗАЩО ИНОВАЦИЯТА Е ВАЖНА И ЗАЩО СЕ ИЗУЧАВА?

Защото скоростта на промените се увеличава бързо. Светът преминава от индустриалната епоха в епохата на знанията. В непрекъснатата променящата се глобална бизнес среда единственият начин фирмите да станат лидери е чрез иновации.

Всеки човек, всяка компания, във всяка индустрия може да бъде иновативен.

Иновационният процес е свързан с ресурси и с риск и не винаги се получава това, което се желае. Затова се търси подкрепа от съответните институции, особено при по-малките фирми.

ВАЖНО ЗА УЧЕНИЦИТЕ !

Въведете понятието *Иновация* –

това е процес на създаване и прилагане на нови идеи, стоки, услуги или практики. Иновацията може да бъде свързана с технологични, социални, организационни или културни процеси. Иновациите могат да бъдат мотивирани както от икономически, така и от неикономически фактори.

Иновацията изисква креативност, поемане на риск и сътрудничество.

Въведете понятието *Иноватор*

и го съпоставете с дейността на предприемача за всички видове предприемачество, изучени в предишните два урока (добре е да разясните схемата от учебника и зад. 3.2)

Дайте определения за видовете иновации и искайте от учениците да подкрепят с примери всеки вид иновация (зад. 3.4, зад. 3.5).

Възложете учениците да дадат примери с нови идеи и характеризирайте при всеки един случай какви качества притежава иноваторът (зад. 3.3).

Спрете се по-подробно на иновациите в малкия бизнес и ролята им за ефективността в работата на фирмата в конкурентната борба.

Дайте примери на иновация в областта на услугите – напр. химическо чистене, продажба на билети, туристическо ергенство и пр.

Дискутирайте. Всяко ваше твърдение подлагайте на дискусия.

Възложете на учениците да изготвят презентация за Предприемачът иноватор и видовете иновация.

Всички упражнения в този урок биха могли да бъдат много полезни за успешното овладяване на знанията на учениците.

Използвайте теста, за да оцените наученото.

1. Кога може да се каже, че идеята на предприемача се е превърнала в иновация?

- А) когато не се въведе и представи на пазара;
- Б) когато бъде спонсорирана;
- В) когато се въведе и представи на пазара, който да я възприеме;
- Г) когато идеите не се осъществят в продаваеми стоки или услуги.

2. Какво е продуктова иновация?

- А) включва подобрени или производствени процеси;
- Б) въвежда стока или услуга, която е нова или значително усъвършенствана по отношение на нейните характеристики или предназначение;
- В) въвежда нов организационен метод във фирмената бизнес практика и работна среда.

3. Каква цел може да има организационната иновация?

- А) да намали приходите, да повиши разходите и да подобри задоволеността на работещите във фирмата;
- Б) да повиши приходите и разходите;
- В) да повиши приходите, да намали разходите и да подобри задоволеността на работещите във фирмата.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

4. ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯТ ПРОЦЕС. ПРЕДПРИЕМАЧЕСКО МИСЛЕНЕ И ПОВЕДЕНИЕ

Цел на урока

Усвояване и разбиране от учениците на цялостния предприемачески процес и ролята на предприемача.

Вашите задачи

- да разясните същността на предприемаческия процес и неговите елементи в пълнота;
- да характеризирате основните елементи на предприемаческия процес и факторите, които влияят върху тях;
- да характеризирате факторите, които влияят върху иновативността в предприемачеството и да анализирате цялата схема, показана в учебника;
- да анализирате благоприятните възможности за стартиране на даден бизнес заедно с учениците;
- да анализирате мисленето и поведението на предприемача като две страни на една монета заедно с учениците;
- да разясните понятията, които учениците трябва да усвоят с примери от урока, в т.ч.:
 - персонални характеристики;
 - лидер;
 - инвеститор;
 - кредит;
 - социални характеристики;
 - риск.

Препоръчителни дейности

В началото на урока проверете знанията на учениците от предишния урок с входен тест за изучените понятия.

Започнете урока с тенденцията, която се очертава в обществото да има две основни групи хора.

Едната е групата на консуматорите (мнозинството, които не са склонни да поемат риск, привързани са към наемния труд, както и към дейности, при които не се поемат отговорности.

Другата група, това са активните, предприемчивите и отговорни в икономическо и социално отношение хора, професионалисти и предприемачи, които са двигатели на развитието на икономиката и обществото.

Разбира се, в икономиката и обществото са нужни и двете групи.

ВАЖНО ЗА УЧЕНИЦИТЕ !

Тук е моментът да се постараете да изградите доверие и уважение към онези предприемачи (мнозинството от тях), носещи риск и осигуряващи заетост на себе си и на други хора, които работят по правилата и спазват етичните норми.

След този увод може да навлезете в същността на изложението, като разгледате в дълбочина и анализирате с помощта на учениците всички елементи и предпоставки, които са необходими да бъде успешен предприемачът (начертайте, разгледайте и анализирайте модела на предприемаческия процес).

Изведете всеки един от елементите на предприемаческия процес и факторите, които му влияят в разговор с учениците. Това не е тема на точните науки и те биха могли да формират и да попълнят с ваша помощ модела на предприемаческия процес (зад. 4.2, зад. 4.3).

Разработете обща и персонална характеристика на предприемача – социалните и гражданските му компетенции. Разделете учениците на групи и нека всяка група излезе със своя формулировка (зад. 4.4).

Отделете време за онази част от урока, която засяга въпроса какво е нужно на успешния предприемач при стартиране на нов бизнес – направете го съвместно с учениците в зависимост от формулирана от тях цел и мисия (зад. 4.5).

След това се спрете на предприемаческото поведение и мислене. Разделете учениците на групи и всяка група да опише по свой избор успешния предприемач в даден сектор.

ОБЪРНЕТЕ ВНИМАНИЕ !

Настоятелно препоръчваме да се спрете на моралните качества на предприемача, както и на отношението му към сивата икономика.

Използвайте следните материали и поставете задача за предизвикателствата, които стоят пред предприемачите в българските условия (зад. 4.7).

Възложете на учениците да съставят презентация „Какви са последиците за българския предприемач от участието на България в ЕС“.

Предизвикателствата на членството на България в ЕС са много и комплексни по своята същност. Ще разгледаме само тези с обобщаващо значение, засягащи основната, по-голяма част от българските предприятия.

- На първо място е спазването на европейските стандарти за безопасност и качество на стоките, произвеждани от всички български производители; спазването на правилата за добра производствена и лабораторна практика; въвеждането на системи за контрол и системи за управление на качеството – ISO, QS, HACCP (все още много малко прилагани от българските фирми). В противен случай тези, които не могат да осигурят необходимите изисквания няма да могат да се възползват от възможността за свободно движение на стоките” в рамките на ЕС;

- *Българските производители са подложени на допълнителен конкурентен натиск, не само от страна на „старите членове” и от преди нас присъединилите се десет страни (Полша, Чехия, Унгария, Литва, Латвия, Естония, Малта, Словакия, Словения, Кипър от 1 май 2004 г.), но и от други страни, които имат конкретни договорености с ЕС по отношение на достъпа на стоки – Беларус, Русия, Украйна, Китай, африканските страни от Средиземноморския район, Чили, Мексико, тъй като техните конкурентни предимства са подобни на нашите – в по-голяма степен основани на ниски цени на предлаганите стоки и услуги;*
- *Друго предизвикателство е допирът на българските предприемачи и мениджъри с друга, малко позната организационна култура на работа и управление. Нараства значението на управлението на културните различия – воденето на преговори в мултикултурна бизнес среда, което изисква по-голяма информираност за другите култури. Европейската бизнес култура изисква проявата на социална отговорност от страна на бизнеса и мениджмънта, вграждане в стопанската дейност на ценностите на устойчивото развитие на икономиката, природата и обществото. Също така, спазването на етични норми, възприети широко от обществата на западните страни налага високи изисквания върху поведението и съзнанието на нашите предприемачи и мениджъри по посока на невъзможност да се работи без спазването „правилата на играта”;*
- *Голямо предизвикателство пред българските предприятия е непознаването в детайли характеристиките на европейския потребител и въобще липсата или недостатъчността на маркетингова информация за европейските пазари. Едно е ясно: що се отнася до разработването и предлагането на продукти и услуги на европейските пазари, българският производител се изправя пред необходимостта да задоволи потребностите на един много по-капризен клиент, за което ще са нужни и нетрадиционни решения;*
- *Най-голямото изпитание за българските предприемачи и мениджъри е бъде адаптирането им към условията на пазар, на който промените като цяло са много по-динамични. Едно от основните изисквания в това направление ще бъде нуждата от широко използване на иновации, независимо от начина на тяхното придобиване – трансфер или създаване, чрез засилено взаимодействие на бизнес и университети, увеличени частни и държавни разходи за научно изследователска и развойна дейност (НИРД) и др.*

Тук е мястото да развиете хипотетично една ситуация на неуспешен предприемач и да накарате учениците да обяснят неуспеха.

1. Кое от изброените не е движеща сила в предприемаческия процес?

- А) наличие на възможности;
- Б) ресурси;
- В) създаване на нов продукт;**
- Г) предприемачът с неговите лични качества и поведение.

2. Кой разглежда предприемача като иноватор?

- А) Дж. Шумплер;**
- Б) П. Дракър;
- В) Дж. Хоукинс;
- Г) няма точни сведения.

3. Кой от изброените фактори влияе най-силно върху предприемаческия процес?

- А) личните и поведенческите качества на предприемача;**
- Б) външната среда;
- В) организацията на фирмата;
- Г) нежелание да се поемат рискове.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

5. БИЗНЕС ИДЕЯ – СЪЩНОСТ

Цел на урока

Усвояване на уменията да се разпознава идеята, която може да се превърне в бизнес и която не винаги е уникална или дори оригинална, но тя винаги е в основата на всеки предприемачески процес.

Вашите задачи

- да научите учениците да откриват и разпознават идеи за бизнес;
- да изведете отличителните характеристики на предприемаческите, креативните и социалните идеи;
- да разясните пътя и методите за реализиране на идеи;

- да разясните понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят, в т.ч.:
 - бизнес идея;
 - собствен бизнес.

Препоръчителни дейности

В началото на урока проверете знанията на учениците от предишни уроци с входен тест за понятията.

Започни и подчертай ясно, че

Идеята за бизнес е икономическа необходимост за развитие на предприемачеството, че човек:

- може да достигне сам до идеята (понякога съвсем неочаквано и случайно тя може да го споходи „изневиделица“), както ябълката на Нютон;
- може да развие или копира нечия друга идея (ако не е защитена);
- може да се купи идея (а понякога и да се заимства и доразвие).

ОБЪРНЕТЕ ВНИМАНИЕ !

Процесът за откриване на идеи включва стъпките:

- *Първа стъпка* – време за подготовка, когато се събира цялата налична информация.
- *Втора стъпка* – пристъпване към някои от многото КРЕАТИВНИ методи, които карат човешкия мозък да мисли различно.
- *Трета стъпка* – това е време, през което събраните идеи зреят.
- *Четвърта стъпка* – появяват се нови идеи.
- *Последната стъпка* е избор и разработване на избраните идеи.

Влезте в съцината на урока, като използвате диалог с учениците – нека всеки от тях разказва за своите мечти от детството, които биха могли да се превърнат в бизнес идея (**зад. 5.2**)

Опитайте да намерите общо предприемаческа идея за проблеми, свързани с екологията на вашия град, които ви заобикалят (**обсъдете предложенията на всеки ученик (зад. 5.3)**).

За да интригувате учениците, разиграйте сценария да направите списък – подробен, с детайли, в който да се споделят и анализират бизнес идеи без начален капитал. **Използвайте Интернет**, където се предлагат много такива страници с идеи. Те биха могли да станат средство за обсъждане – какви разходи, помещения и какви други неща са необходими, за да се стартира даден бизнес.

Решете казуса за писмо от младеж до местен вестник.

В тази част от изложението може да подготвите разработването на проекта (**зад. 5.5**)

Оставете цял час за разработване на проект, описан в зад. 5.5, нека учениците се подготвят предварително, като съберат информация за избран от Вас град.

1. Кое от изброените НЕ е основна цел на бизнеса?

- А) получаване на печалба;
- Б) производство или продажба на различни стоки;
- В) производство или продажба на различни услуги;
- Г) попадане в рискови ситуации.**

2. Идеята, която може да се превърне в успешен бизнес е:

- А) винаги уникална и гениална;
- Б) винаги нова и неповторима;
- В) не може да бъде купена и доразвита;
- Г) не винаги уникална и оригинална.**

3. Възникването на идеята и стартирането на собствен бизнес обикновено са провокирани от: (има повече от един верен отговор)

- А) необходимост от допълнителни доходи;**
- Б) стремеж да бъдеш независим;**
- В) скука;
- Г) несигурност в личните и предприемаческите качества.

6. КРЕАТИВНИ МЕТОДИ ЗА БИЗНЕС ИДЕИ

Този урок е разработен като демо версия, ползвайте указанията от там !!!!

Цел на урока

Усвояване използването на креативните методи за оценяване на идеята за бизнес.

Вашите задачи

- да се опитате чрез обучение да стимулирате креативност у учениците;
- да разясните методите за оценяване на бизнес идеята;
- да разясните понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят, в т.ч.:
 - мозъчна атака (от англ. brainstorming);
 - креативност;
 - асоциацията като мисловен процес.

Препоръчителни дейности

Започнете **урока, като проверите знанията на учениците** от урок 2, където ги запознахте с понятието КРЕАТИВЕН ПРЕДПРИЕМАЧ. Използвайте този факт и направете входен тест с познатите вече понятия (**зад. 6.1**).

След това отделете внимание на предложения материал за усвояване на процеса за стимулиране на креативност в предприемача. В учебника е разработен пример за търсене на оригинални идеи, свързани с даден продукт (зад. 6.3, зад. 6.4).

Последователността може да бъде следната:

Първо. Формулира се проблемът – *например*, ако проблемът е как да се подобри този продукт.

Второ. Задават се въпроси на всеки етап от търсенето на решение в следната последователност:

1. С какво мога да **заменя** ПРОДУКТА?
2. С какво да **комбинирам** ПРОДУКТА, за да се получи нещо ново?
3. Какво може да се **приспособи** по отношение на ПРОДУКТА?
4. Как да се **видоизмени** ПРОДУКТЪТ?
5. Какво да се **добави** към ПРОДУКТА?
6. Какво да се **промени** по противоположен начин (различен от досегашния)?

Ако предпочитате да използвате Интернет, съществуват много програми, които да улеснят работата ви: MindView, XMind, MindMeister и др. (зад. 6.5).

Препоръчвам ви да навлезете в темата на търсене на бизнес идея като използвате УСЛУГАТА като икономическа дейност.

Виж презентация
Услуга



Забележка !

Първо дефинирайте какво представлява услугата и защо по-голямата част от икономиките на напредналите държави са услугите, а не производството. Това е необходимо за учениците, защото по-голямата част от идеите са свързани с услуги.

ЗАПОМНЕТЕ !

Най-интересната част от урока е използване на различните креативни методи.

Креативните методи за оценка на бизнес идеи са тези, които използват нестандартни и иновативни подходи за анализиране на потенциалните предимства, рискове и възможности на един бизнес проект.

Тези методи могат да включват различни техники, като например:

- **Брейнсторминг:** процес, при който се генерират колкото се може повече идеи за решаване на даден проблем или задача, без да се оценяват или критикуват по време на сесията.
- **SWOT-анализ:** инструмент, който помага да се идентифицират силните и слабите страни, възможностите и заплахите, свързани с един бизнес проект.

- **Lean Canvas**: модел, който съкращава основните елементи на един бизнес план в една страница, като фокусира върху проблема, който се решава, целевата аудитория, предложената стойност, доходите и разходите.
- **MVP** (минимално жизнеспособен продукт): версия на един продукт или услуга, която има само най-необходимите функционалности, за да може да се тества при реални потребители и да се получи обратна връзка за него.
- **Пилотен проект**: малък и временен експеримент, който има за цел да провери дали една бизнес идея е изпълнима, желана и рентабилна.

Тук е необходимо да отделите време за всеки един метод, като обясните, че тези методи се използват в практиката непрекъснато при вземане на решение и обсъждане на предложения.

Първоначално за оцеляване на идеите използвайте метода на шестте шапки.

Виж презентацията за
Шестте шапки



От тази презентация учениците може да научат за един от най-често срещаните креативни методи – шестте „мислещи“ шапки на де Боно за избор на идея.

ВАЖНО !

Обърнете им внимание да запомнят значението на всеки един цвят на използваните шапки.

Забележка !

Потърсете в канала на Мартилен в ЮТУБ презентации за други креативни методи.

Обърнете внимание на **зад. 6.5**. Тези задача ще развие у учениците както креативност, така и умения за работа в екип.

ВАЖНО ! ОБЪРНЕТЕ ВНИМАНИЕ НА УЧЕНИЦИТЕ !

Креативните методи имат предимството, че стимулират мисленето извън рамките на традиционните модели и позволяват да се открият нови възможности за развитие. Освен това те спомагат за намаляване на неопределеността и риска при стартирането на нов бизнес.

Някои от недостатъците на тези методи са, че изискват повече време, ресурси и участие от страна на заинтересованите страни, както и че могат да доведат до прекомерен оптимизъм или скептицизъм при оценяването на бизнес идеята.

Помолете учениците да открият презентация в интернет за всеки един метод, направете сравнителна таблица и изберете метод-фаворит.

*Стимулирайте креативността на учениците с решение на **зад. 6.7.***

Използвайте теста, за да оцените наученото.

1. Можем ли да подобрим нашата способност да бъдем креативни?

А) не, никога;

Б) да;

В) понякога.

2. На колко етапа се извършва методът „мозъчна атака“ ?

А) 5;

Б) 3;

В) 2.

3. Може ли всяка бизнес идея да бъде анализирана и оценена по дадени критерии?

А) не;

Б) понякога;

В) да.

4. Кой е най-близкият метод до процеса за откриване на креативни идеи?

А) капан на идеите;

Б) странично мислене;

В) мозъчна атака.

7. РАЗПОЗНАВАНЕ НА ШАНСОВЕ. ПРЕДВАРИТЕЛНА ОЦЕНКА НА БИЗНЕС ИДЕИТЕ

Цел на урока

Усвояване на знания за:

- оценяване на шанса, идеята на предприемача да съвпада с потребностите на клиентите;
- оценяване възможностите за реализация на идеята, като характеризира източниците за финансиране;
- анализиране на дейността на конкуренцията и другите фактори, като определящи шанса на предприемача.

Вашите задачи

- да разясните чрез работа в екип как се прилага методът „петолъчка“ за предварителна оценка на бизнес идеята;

- да упражните чрез задачи и казуси различните креативни методи за разпознаване на предприемаческия шанс;
- да разясните какви може да бъдат външните и вътрешните фактори, които влияят на шанса да се реализира стартиращият предприемач и неговата идея;
- да разясните понятията, които учениците трябва да усвоят чрез примери от урока:
 - ресурси – налични средства, суровини и материали;
 - инициативност (предприемчивост);
 - пазар;
 - конкуренция;
 - капитал;
 - инвестиционни разходи.

Препоръчителни дейности

Влезте в темата с риторичния въпрос – КЪСМЕТ ЗА ПРЕДПРИЕМАЧА ЛИ Е, АКО една бизнес идея ИМА ШАНС ДА СЕ РЕАЛИЗИРА от предприемача, ЗАЩОТО:

- **Пазарът, технологиите и ресурсите са съвместими.**
- **Има най-пълно съответствие между бизнес идеята и желанията на клиентите.**

Доведете учениците до разбирането, че шансът на предприемача се базира най-вече на факта бизнес идеята да съвпада с желанията на клиентите и да намира приложение.

Как да се оценят предварително възможностите на една бизнес идея?

Може да се направи обща оценка на възможностите на бъдещия продукт, като учениците търсят отговора на следните въпроси:

- *Каква ценност ще носи този продукт на хората?*
- *Предлага ли ефективно решение за актуален проблем/задоволява ли някаква съществена нужда?*
- *С какво продукт е по-добър от този на конкурентите?*
- *Достатъчно много ли са потенциалните клиенти? Ще има ли стабилно търсене на продукт?*

Обяснете, че когато има шанс да се реализира една идея, това не означава, че всичко ще бъде лесно и гладко. Напротив, често се изисква много усилие, творчество, настойчивост и капитал, за да се превърне идеята в действителност (зад. 7.2, зад. 7.3)

Обяснете, че усилията си струват, само ако:

- групата заинтересовани потребители НЕ е твърде малка или желанията им са постоянни, което намалява шансовете за успех;
- може да се направят подобрения на продукта или услугата, така че да покрива повече нужди;
- има готов план за реклама;
- ако идеята може да се защити от кражба;
- ако има средства (КАПИТАЛ) да се реализира идеята.

Реализацията на една идея изисква планиране, анализ, оценка на рисковете и оценка на резултатите.

Всички тези стъпки изискват професионализъм, отговорност и самодисциплина.

Не забравяйте за финансовата страна – може би след идеята идва ред на Паричните средства.

Тук е моментът да обясните и обратната страна на тази монета!!! – тоест, какви заплахи грозят идеята в зародиш **(зад. 7.4, зад. 7.5)**

Първата заплаха е **пазарът**, а втората – **конкуренцията**.

Тези две понятия изискват учениците, които за първи път се сблъскат с тях, да разберат тяхната роля.

РОЛЯТА НА ПАЗАРА за една предприемаческа идея е изключително важна, тъй като тя определя дали идеята ще бъде успешна или не. Пазарът е средата, в която предприемачите предлагат своите продукти или услуги на потенциални клиенти, конкурират с други доставчици и получават обратна връзка за своята работа. Пазарът също така дава на предприемачите информация за нуждите, желанията и предпочитанията на потребителите, както и за тенденциите и промените в обществото и технологиите. Предприемаческата идея трябва да бъде базирана на пазарен анализ, който изследва размера, структурата, сегментацията, динамиката и конкурентоспособността на пазара. Така предприемачите могат да определят своята целева група, да разработят подходяща маркетингова стратегия и да адаптират своята идея според нуждите на пазара. Пазарът е този, който в крайна сметка решава дали предприемаческата идея ще бъде приета или отхвърлена от потребителите **(зад. 7.8)**

КОНКУРЕНЦИЯТА е важен фактор за успеха на всяка предприемаческа идея. Тя стимулира иновациите, повишава качеството на продуктите и услугите, намалява цените и увеличава избора за потребителите. Конкуренцията също така предизвиква предприемачите да се адаптират към променящите се нужди и предпочитания на пазара, да търсят нови възможности и да решават проблеми по креативен начин. Конкуренцията е ролята на предприемаческата идея да се откроява от останалите, да предложи уникална стойност за клиентите и да създаде конкурентно предимство.

За да се направи експертна оценка на една идея, трябва да се види дали идеята отговаря на най-важните критерии.

Оценете идеята, като използвате презентацията за петолъчката (зад. 7.2)

Виж презентация
Петолъчката



Методът на петолъчката се използва за предварително тестване на бизнес идеята. Ако идеята премине през този тест – това означава, че тя има шанс, ако всички останали условия са налице.

Идеите могат да бъдат различни – за идеите, свързани с работата, за идеите, свързани със семейство и за идеите, свързани с бизнеса. Затова първата стъпка е да се изберат критериите, които са специфични за конкретната област.

Например за идея за бизнес продукт критериите могат да бъдат:

- Има ли нужда от този продукт?
- Ще издържи ли на конкуренцията?
- Има ли всички необходими ресурси за реализирането?
- Ще донесе ли печалба?

През целия час работете групово над всички упражнения и използвайте всички креативни методи.

Използвайте теста, за да оцените наученото.

1. Какво не е нужно да провери предприемачът, за да установи, че идеята му съответства на потребностите на клиентите?

- А) да провери приложението ѝ в практиката;
- Б) да проучи пазара и конкурентите;
- В) да определи кои ще бъдат неговите клиенти и да потърси мнение от тях;
- Г) да потърси варианти за финансиране.**

2. Какво се разбира под понятието краудфъндинг?

- А) финансиране чрез банков кредит;
- Б) лични спестявания;
- В) групово спонсориране;**
- Г) финансиране от роднини и приятели.

3. Какво означава една идея да е патентована?

- А) че вашите интелектуални права са защитени по законен път;**
- Б) всеки има право да я използва свободно за собствени цели;

- В) никой няма право да я използва с комерсиална цел;
- Г) само вие и вашите роднини имате право да я използвате свободно.

4. Какво не е от ключово значение за една идея да носи печалба?

- А)** да е оригинална;
- Б) да я предлагате по правилен начин;
- В) да съответства на пазарната ниша;
- Г) да открият подходящи източници за финансирането ѝ.

5. На какво не се базира шансът за реализация на бизнес идеята на предприемача?

- А) на съвместимостта на пазара, технологиите и ресурсите;
- Б)** на патента;
- В) на желанията на клиентите;
- Г) на креативността и оригиналността на идеята

8. ОТ БИЗНЕС ИДЕЯТА ДО УСТОЙЧИВИЯ БИЗНЕС МОДЕЛ

Цел на урока

Усвояване на понятието устойчив бизнес модел и неговите елементи, от които зависи постигането на икономически резултат.

Вашите задачи

- да обясните значението на бизнес модела за разработване на бизнес план;
- да определите същността на устойчивост на бизнес модела и неговите елементи;
- да определите значението на бизнес идеята като база за построяване на бизнес модела;
- да разясните всеки един от елементите на бизнес модел;
- да разясните разработването на устойчив бизнес модел въз основа на канавата за бизнес модела, създадена от А. Остервалдър.
- да разясните подробно понятията, които ще се усвоят в този урок:
 - бизнес модел;
 - дистрибуция;
 - бизнес планиране;
 - рентабилност;
 - разплащателна сметка;
 - брутни приходи.

Препоръчителни дейности

Първо направете тест за икономическите понятия, които ще се използват при обяснение на основните елементи на бизнес модела (ключови ресурси, приходи, разходи и пр. – всички икономически понятия ги има в края на учебника).

Влезте в темата, като се спрете на интересните примери за бизнес модели от стр. 74 и коментирайте всеки един. След това заедно с учениците обобщете кое е общото във всички тях и изведете общата схема.

Така учениците ще разберат, че за всеки един модел се изисква като начало да има **ИДЕЯ, ЛИЧНОСТ И ИНВЕСТИЦИИ** – задължителни елементи за всеки бизнес модел (**зад. 8.2, зад. 8.3**)

Въведете понятието бизнес модел, който показва ПЪТЯ ОТ ИДЕЯТА ДО РЕАЛИЗАЦИЯТА ѝ, т.е начинът, по който всеки предприемач ще създава блага, ще ги прилага на пазара и ще получава приходи.

БИЗНЕС МОДЕЛЪТ е необходимо условие да се реализира предприемаческата дейност.

ПРИПОМНЕТЕ НА УЧЕНИЦИТЕ, че

За всяка бизнес идея се изработва бизнес модел.

Той трябва да бъде **устойчив** и да включва **основните елементи, от които зависи постигането на икономически резултат.**

КАКВО ОЗНАЧАВА УСТОЙЧИВОСТ НА БИЗНЕС МОДЕЛА?

Устойчивостта е способността на система, организация или общество да се справя с промените и да продължи да функционира. Устойчивият бизнес модел трябва да взема предвид не само финансовата, но и социалната и екологичната дейност. Някои примери за устойчиви бизнес модели са: циркулярна икономика, общо потребление, социално предприемачество и зелена енергия.

След като сте въвели почти всички понятия, които се използват, разгледайте и се спрете на **ОСНОВНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ НА БИЗНЕС МОДЕЛА** – те представляват интерес за всеки предприемач. Тук е задължително да отделите време да обясните 4-те елемента.

С помощта на учениците проследете цялата схема (цялостната картина), като пак с тях измислете бизнес идея и проследете целия бизнес процес на пазара, включително и финансовата страна.

Разгледайте всички примери от практиката за бизнес модел, представени в учебника.

Направете дискусия, проверете знанията им, като решите заедно зад. 8.4 групово (зад. 8.6)

Най-добре е учениците да усвоят модела чрез (канавата от А. Остервалдър). Оставете накрая няколко минути да запознаете учениците със **стартъпа.**

Стартъпите се различават от традиционните фирми по това, че те търсят нови и неизпитани бизнес модели, които им позволяват да се адаптират към променящата се среда и да използват максимално своите ре-

сурси. Стартъпите са изправени пред много предизвикателства, като несигурност, конкуренция, финансиране и управление, но ако успеят да преодолеят тези трудности, те могат да имат голямо влияние върху обществото и икономиката.

Използвайте теста, за да оцените наученото.

1. Какво стои в основата на предприемаческата дейност?

- А) техниката;
- Б) ресурсите;
- В) предприемаческата идея;**
- Г) инвестициите.

2. Какво прави всеки предприемач като носител на идеята?

- А) проучва и подлага на оценка дали е практически изпълнима идеята;**
- Б) споделя я с конкуренцията;
- В) избира и развива свои методи и техники за реализиране на идеята;
- Г) веднага създава бизнес модел.

3. Устойчивостта на бизнес модела зависи от неговите градивни елементи, които може да се разделят на няколко групи. Кои са те?

- А) източници на приходи и разходи;
- Б) доставчици, клиенти и пазари;**
- В) продукт, взаимодействие с клиента, управление, финанси;
- Г) нито едно от изброените.

4. Кога се счита, че реализацията на предприемаческата идея е успешна?

- А) когато има печалба;
- Б) когато постигнатият резултат в началото на реализацията на предприемаческата идея не отговаря на планираното в бизнес плана;
- В) когато има големи разходи;
- Г) когато постигнатият резултат в началото на реализацията на предприемаческата идея отговаря на очакваното в бизнес плана.**

5. Какво се има предвид под понятието СТАРТЪП?

- А) новосъздадена компания;
- Б) има потенциал за растеж на базата на нови бизнес модели;**
- В) компания, която е създадена да расте бързо;
- Г) компания, създадена да привлича инвестиции.

9. БИЗНЕС ПЛАН

Според нас за този урок са необходими всички познания, които са предвидени според Учебната програма и затова е добре, след като учениците натрупат знания за повече икономически понятия, тогава да се спрете на него.

ТОЗИ УРОК ЩЕ БЪДЕ РАЗГЛЕДАН ПОСЛЕДЕН.

ЛИЧНОСТ НА ПРЕДПРИЕМАЧА

10. ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПРЕДПРИЕМАЧА. ОСНОВНИ ТИПОВЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ

Цел на урока

Усвояване на същността на индивидуалния и на вътрешния предприемач като индивиди с уникални личностни характеристики.

Вашите задачи

- да надградите понятието за предприемач с входен тест;
- да запознаете учениците с характерното за индивидуалния и за вътрешния предприемач;
- да обясните силните и слабите страни и на индивидуалния, и на вътрешния предприемач;
- да обясните с примери понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - индивидуален предприемач;
 - вътрешен предприемач;
 - предприемач-мениджър;
 - управител;
 - бизнесмен.

Препоръчителни дейности

Вашата задача тук е да надградите понятието за предприемач. Затова подберете термини от **урок 4** и направете входящ тест, с цел учениците да затвърдят понятията за ролята на предприемача от днешния урок.

Припомнете им

Към предприемаческите характеристики се отнасят: *предприемаческите умения* – означават търсене на нови възможности за бизнес растеж; *лидерските качества* – предполагат „да бъде поведена дружи-

ната”; *мениджърските умения* – изискват управление по най-добрия начин на вече създадената и установена фирма.

Спрете вниманието на учениците върху следните видове предприемач:

Предприемач–визионер – опишете характеристиката (положителни и отрицателни черти) и търсете мнението на учениците да ви дадат примери от практиката (**зад. 10.2, зад. 10.3**)

Предприемач–мениджър – опишете профила на съвременния успешен предприемач (положителни и отрицателни черти) и търсете мнението на учениците да ви дадат примери от практиката.

Тук трябва да изясните характеристиките (положителните и отрицателните) на основните типове предприемачи чрез показаните сравнителни характеристики – на традиционния мениджър и на вътрешния предприемач (**зад. 10.4**)

Упражнете с показаните таблици в учебника (**зад. 10.5 и зад. 10.6**)

След това насочете чрез въпроси учениците да дадат примери за предприемаческа идея в различни области (занаятчийски, академични, експортно ориентирани услуги).

Възложете на учениците да направят презентация – „Знания и умения, които правят предприемачите успешни“.

Зад 10.9 ще бъде от полза за затвърждаване на знанията.

Нека учениците изследват своята предприемаческа компетентност, като използват следния тест:

1. Вие ли сте човекът, който започва нещата по своя собствена инициатива?

- А) Ако някой ме мотивира да работя, тогава аз съм в състояние да доведа работата до успешен край.
- Б) Аз започвам и извършвам работата по свое усмотрение. Не ми е нужен никой, който да ме мотивира.
- В) Спокойно! Няма да започна да правя нищо, докато не се убедя, че това е нужно.

2. Какво мислиш за другите хора?

- А) Повечето от околните ме карат да се чувствам нервен.
- Б) Аз харесвам хората. Мога да работя с почти всички.
- В) Имам достатъчно приятели, други не ми трябва.

3. Способни ли сте да ръководите други хора?

- А) Мога да убедя хората да направят нещо, ако аз ги водя и им показвам как трябва да действат.
- Б) Без особени трудности мога да убедя хората да работят за мен.
- В) Обикновено чакам другите да организират работата.

4. Можете ли да поемате отговорност?

- А) Мога да поема отговорност, ако това е необходимо, но предпочитам отговорността да я поеме някой друг.
- Б) В обкръжението винаги има един смел човек, който иска да върви напред. Аз предпочитам да му позволяя той да поеме отговорност.
- В) На мен ми харесва да бъда отговорник за работата, в която аз участвам и да виждам как тя се развива.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

11. МОТИВАЦИЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧА. ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ РИСК

Цел на урока

Усвояване на понятието мотивация и теорията на МАСЛОУ за нея.

Вашите задачи

- да запознаете учениците със същността на мотивацията;
- да обясните теорията на Маслоу и нейното приложение;
- да обясните предразполагащите и стимулиращите мотивацията фактори;
- да обясните трите вида групи рискови елементи, които съпровождат предприемача;
- да обясните с примери понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - мотивация;
 - мотивация на предприемача;
 - риск;
 - принудително предприемачество;
 - теглещо предприемачество.

Препоръчителни дейности

Въведете учениците в теорията на мотивацията, като я дефинирате като:

Подбуда, която кара човек да си постави дадена цел и след като я постигне, поставя следващата цел.

Образно това надграждане на личните потребности, МАСЛОУУ изобразява с пирамида.

Обяснете и начертайте пирамидата на МАСЛОУУ и я попълнете групово с учениците – първо за личните потребности, след това за потребностите на предприемача. Упражнете **(зад. 11.1 и зад. 11.2)**

ВАЖНО ЗА УЧЕНИЦИТЕ !

Обърнете внимание, че тази теория ще им бъде необходима при изучаване на различни ситуации при вземане както на лични решения, така и на решения, свързани с учебния процес.

След това може да преминете към усвояване на материала за видовете мотиви за неговата предприемаческа дейност.

Разяснете понятията теглецо и принудително предприемачество, поискайте много примери от учениците, накарайте ги да съпоставят двете понятия.

Теглецото Предприемачество е вид предприемаческа дейност, която се характеризира с висока степен на мобилност, гъвкавост и адаптивност към променящите се условия на пазара.

Теглеците предприемачи използват различни технологии, платформи и ресурси, за да създават и предлагат продукти и услуги, които отговарят на нуждите и предпочитанията на потребителите. **Теглецото предприемачество** може да бъде свързано с концепции като цифрова трансформация, облачни услуги, интернет на нещата, изкуствен интелект и други. Теглеците предприемачи са иновативни, креативни и рискови, тъй като те постоянно търсят нови възможности за развитие и конкурентно предимство.

Бутащо Предприемачество – то се основава на противоречия, конфликти, отрицателни събития в околната среда, които подтикват към нови предприемачески дейности.

Разиграйте няколко примера с различна предприемаческа дейност – упражнете **зад. 11.7.**

След това разгледайте мотивацията на българския предприемач – използвайте показаната схема за упражнения и възложете на всеки ученик да напише мотивите си за своята предприемаческа идея **(зад. 11.5).**

Накрая обърнете внимание на едно почти задължително условие за предприемача – ДА МОЖЕ ДА РИСКУВА (зад. 11.3, зад. 11.4, зад. 11.6, зад. 11.9)

Поемането на рискове е неразделна част от предприемачеството. За да започне и развива собствена фирма, човек трябва да бъде готов да **рискува както кариерата си, така и финансовото си състояние, а понякога и здравето си.**

Нека учениците дадат примери за четирите вида риск, който поема предприемачът.

1. Теорията за „йерархия на потребностите“ е на:

- А) Шумпетер;
- Б) Херцберг;
- В) Маслоу;**
- Г) Дракър.

2. Според мотивите при избора на предприемаческа дейност като професия, мотивацията може да бъде: (има повече от един верен отговор)

- А) икономическа и неикономическа;
- Б) положителна;**
- В) отрицателна;**
- Г) финансов риск.

3. Отрицателната мотивация се основава на:

- А) независима дейност и реализиране на лидерски потенциал;
- Б) придобиване на независимост и свобода на самореализация;
- В) противоречия, конфликт, отрицателни събития в околната среда;**
- Г) прилагането на цели и планове.

4. Кои са основните причини за неуспех на предприемача? Посочете невярното твърдение.

- А) липса на търсене;**
- Б) добър и конкурентноспособен продукт;
- В) неефективен маркетинг;
- Г) липса на пари.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

12. ЕТИЧНО БИЗНЕС ПОВЕДЕНИЕ. КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ И ЕКОЛОГИЧНО МИСЛЕНЕ

Цел на урока

Усвояване на основните морални ценности, които освен за предприемача са задължителни за всеки един човек.

Вашите задачи

- да обясните, че етичните отношения са в основата на предприемаческата дейност;
- да обясните взаимовръзката между **етика, бизнес и морал**, която определя бизнес етикета като основа на взаимоотношенията;
- да обясните същността на социалната отговорност и нейните принципи;
- да доведете до знанието на учениците, че различните **еко иновации** трябва да присъстват в мисленето на предприемача;
- да обясните с примери понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - етика;
 - бизнес етика;
 - морал;
 - вербално общуване;
 - енергийна ефективност;
 - социална отговорност;
 - екология.

Препоръчителни дейности

Започнете урока с думите, че:

Етиката, личната отговорност и екологията са основните стълбове на предприемаческата дейност и задължителни норми на поведение на всеки предприемач.

Разяснете същността на понятията:

БИЗНЕС ЕТИКА – изучава моралните и етичните норми в дейността на фирмите. Тя се занимава с въпроси като корпоративна социална отговорност, разрешаване на конфликти, корупция, дискриминация, екологична устойчивост и други. **Бизнес етиката има за цел да определи правилата и принципите, които ръководят поведението на предприемачите (зад. 12.2, зад. 12.3)**

БИЗНЕС МОРАЛ – отнася се до способността на предприемача да действа етично, честно и отговорно в отношенията си с клиенти, доставчици,

служители, конкуренти и обществото. *Бизнес моралът на предприемача* включва следните принципи:

- Спазване на законите и нормите, регулиращи дейността на фирмата;
- Уважение към правата и интересите на всички заинтересовани страни;
- Стремение към качество и иновации в предлаганите продукти или услуги;
- Спазване на договорените условия и срокове;
- Предотвратяване на конфликти на интереси и корупция;
- Защита на околната среда и подкрепа на социалната отговорност;
- Развитие на корпоративна култура, основана на ценности като честност, справедливост, лоялност и сътрудничество.

Бизнес моралът на предприемача не е само въпрос на лична убеденост или желание. Той е необходимо условие за постигане на конкурентно предимство и доверие от страна на клиентите.

ЕКОЛОГИЧНОТО МИСЛЕНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧА

Това е важен фактор за успеха на всяка съвременна фирма. Това означава да се инвестира **в зелени технологии**, да се намалят отпадъците и емисиите, да се спазват екологичните стандарти и да се подкрепят **социално отговорни инициативи**. Екологичното мислене на предприемача не е само морален дълг, **но и конкурентно предимство**. Такива фирми печелят доверието на клиентите, партньорите и обществото, както и спестяват ресурси и повишават ефективността си. Екологичното мислене на предприемача е стратегически избор за бъдещето.

Упражнете бизнес идеите за еко настроените предприемачи – нека учениците дадат свои предложения.

След това преминете на **СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ** като елемент на предприемаческата политика.

Отбележете, че:

Големият проблем по отношение на социалната отговорност на предприемача е: НАЛИЧИЕТО НА КОНФЛИКТ МЕЖДУ ЕСТЕСТВЕНИЯ СТРЕМЕЖ КЪМ ПЕЧАЛБА И ИНТЕРЕСИТЕ НА ОБЩЕСТВОТО КАТО ЦЯЛО.

За да се избегне негативният социален ефект, **предприемачът трябва да наблюдава и да отчита постоянно социалната си дейност относно:**

- Подкрепа на социални и екологични причини, като дарения, спонсорство.
- Създаване на безопасни, здравословни условия за работа на своите служители.

- Предлагане на полезни и достъпни продукти или услуги за своите клиенти.
- Намаляване на отрицателното въздействие върху околната среда, като използване на енергоспестяващи технологии, рециклиране или намаляване на отпадъците.
- Спазване на всички закони и изисквания, като плащане на данъци, защита на лични данни и пр.

ВАЖНО ЗА УЧЕНИЦИТЕ !

Социалните дейности на предприемача имат положителен ефект не само за обществото, но и за бизнеса. Те повишават неговия имидж, укрепват връзката му с клиентите, партньорите и доставчиците (зад. 12.6, зад. 12.8, зад. 12.9)

Задайте на учениците да напишат писмо-предложение за сътрудничество на еко бизнес идея до евентуален партньор.

По този начин ще упражните екологичното мислене и усвояването на основите за бизнес етикета при писане на писмо.

Проверете придобитите познания от теста.

1. С какво е свързан предприемаческият морал?

- А) със спазването на етичните норми и правила в ежедневната дейност;
- Б) с подпомагане на социални и екологични инициативи;
- В) с естествения стремеж към печалба.

2. Социалната отговорност на предприемача означава?

- А) подпомагане на социални и екологични инициативи;
- Б) подпомагане на социални и икономически инициативи;
- В) подпомагане на икономически и неикономически инициативи.

3. Вербалният етикет се отнася до:

- А) изражението на лицето и мимиките;
- Б) етикет, който трябва да се прилага при писане;
- В) общуването между хора с думи.

4. Какво предполага бизнес кореспонденцията?

- А) краткост и яснота на стила;
- Б) избягват се сложни и неразбираеми думи и фрази;
- В) и двете твърдения са верни.

5. Кой вид социално отговорна предприемаческа дейност е подчинена на интересите на обществото:

- А) обучение и подпомагане развитието в кариерата на работниците и служителите;
- Б) спазване на правилата на лоялната конкуренция;
- В) защита на обкръжаващата среда;
- Г) всички отговори са верни.**

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

13. УМЕНИЕТО ДА СЕ УПРАВЛЯВА ВРЕМЕТО

Цел на урока

Усвояване на теорията за управлението на времето на предприемача.

Вашите задачи

- да запознаете учениците с най-важния фактор за доброто управление на дейностите във фирмата – времето.
- да обясните начините и техниките за ефективно овладяване времето чрез **матрицата на Стивън Кови**.
- да доведете до знанието на учениците и други техники за планиране на времето.
- да разясните понятията с примери, които учениците в този урок трябва да усвоят, в т.ч.:
 - планиране.

Препоръчителни дейности

В началото на урока проверете знанията на учениците от предишните уроци с входен тест за изучените понятия, като имате предвид, че в този урок икономическото понятие, което ще ви трябва, е **ПЛАНИРАНЕ**.

Започнете урока с изясняване на понятието планиране.

Планирането е важен процес, който помага за постигане на целите и задачите на организацията или индивида. Планирането изисква анализ на настоящето състояние, определяне на желаното бъдеще и избор на най-подходящите средства за неговото постигане.

УЧЕНИЦИТЕ ТРЯБВА ДА ЗАПОМНЯТ:

Най-важният фактор за всяко добро планиране и управление на бизнеса е времето.

Разгледайте кои са ключовите моменти за управление на времето (зад. 13.3, зад. 13.8)

По-голямата част от времето на учебния час отделете за разясняване квадранта на Кови.

Начертайте схемата и първо упражнете дейностите за 4-те квадранта. Може да упражнявате задачите, като използвате примери за един ден от живота на учениците (зад. 13.4, зад. 13.6)

Обяснете, че тази отлична за работа схема може да се ползва в ежедневието освен от предприемача и в дейностите на всеки организиран човек. Решете групово зад. 13.1.

Разгледайте материала ИНТЕРЕСНО от стр. 121.

В този урок е предвидено да запознаете учениците и с други техники за управление на времето.

По-интересните са **Изяж жабата** и **JUST DO IT** (просто го направй) (зад. 13.7)

Предложеният казус от Упражненията го възложете за домашна работа.

Проверете придобитите познания от теста.

1. Кое е първото нещо, което трябва да овладее предприемачът или мениджърът, за да управлява ефективно хората:

- А) гнева си;
- Б) страха си;**
- В) себе си.

2. Кой е най-важният фактор за доброто планиране и управление на бизнеса?

- А) избягването на риска;
- Б) времето;**
- В) комуникацията.

3. Планирането е процес, при който се определят:

- А) задачите и целите;**
- Б) времето и бюджета;
- В) приоритетите и очакванията.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%

- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

14. УМЕНИЕТО ДА СЕ ФОРМУЛИРАТ ЦЕЛИ

Цел на урока

Усвояване на знания за методите и начините за формулиране и постигане както на лични цели, така и на целите в една организация.

Вашите задачи

- да направите входен тест за необходимите икономически термини – пазарна позиция, иновации, икономичност, физически и финансови ресурси, рентабилност, качество на управление;
- да запознаете учениците с умението да формулират и постигат *лични цели*;
- да запознаете учениците със същността на *организационните цели*;
- да доведете до знанието как се управляват *организационните цели чрез дървото на целите*;
- да разясните понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - цел;
 - подцел;
 - управление чрез цели.

Препоръчителни дейности

В началото на урока запознайте учениците със същността на целите и значението, което има поставянето на цели за всяка една дейност.

Формулирането на цели е процес, който помага да се определят конкретни, достижими, реални резултати, които трябва да се постигнат.

Формулирането на целта помага да се насочат усилията върху това, което е важно за човека или за организацията.

Формулирането на целта мотивира да се действа и да се преодоляват различни препятствия и предизвикателства, които може да се срещнат по пътя към целта.

ВАЖНО ЗА УЧЕНИЦИТЕ !

Поставянето на лични цели и на организационни цели и постигането им е ежедневен процес.

Трудният път към целта започва с мечтата за нещо.

Запознайте учениците с процеса на формулиране на цели, който включва:

- Анализират на силните и слабите страни, както и възможностите и заплахите, които влияят на дейността.
- Определяне на приоритетите и ценностите, които ръководят действията и вземането на решения.
- Разработване на план за действие, който определя конкретните стъпки, средства, отговорници и срокове за постигане на целите.

Какви може да бъдат целите, ВИНАГИ ИМА ОСНОВНА ЦЕЛ и ПОДЦЕЛИ за постигане на основната цел.

ОБЪРНЕТЕ ВНИМАНИЕ НА УЧЕНИЦИТЕ !

Целите, които се формулират, трябва да бъдат:

- конкретни;
- измерими;
- достижими;
- реални.

Започнете с личните цели – избройте ги и ги опишете – те започват от финансови цели и стигат до цели, осигуряващи удоволствия. Оставете учениците сами да изброяват и описват своите цели, а вие ги обобщете.

Докато целите на предприемача се отнасят до мисия, пазар, конкуренция, натрупване на печалба, производителност, ресурси и др. Отново опитайте по същия начин – нека учениците сами помислят, а вие ги обобщете.

В зависимост от периода, за който се поставят, целите в организацията **може да бъдат оперативни, текущи и стратегически** – за усвояване използвайте **зад. 14.5.**

ВАЖНО !

Всяка организация определя своите стратегически цели, съобразно със своите силни и слаби страни.

Преди да подходите към методите за планиране на целите, обърнете внимание и дефинирайте различието между личните и корпоративните цели и чрез **зад. 14.4.**

Разиграйте ситуацията кога целите не успяват.

Методът на управление чрез цели дава отговор на следните най-важни за всяка организация въпроси:

КАКВА Е МИСИЯТА НИ? КЪДЕ СЕ НАМИРАМЕ? КЪДЕ ОТИВАМЕ?

КАК ДА ДОСТИГНЕМ ЦЕЛИТЕ?

Обърнете особено внимание на схемата ДЪРВО НА ЦЕЛИТЕ и нейното приложение – използвайте обобщаващата задача.

Дървото на целите е метод за планиране и управление, който се използва за определяне на целите и дейностите за постигане на резултатите.

Дървото на целите представлява графика с форма на дърво, **която започва от главната цел на върха и се разклонява към подцели, средства и дейности на по-ниски нива** – начертайте схемата и групово я попълнете с идея на учениците – упражнете със **зад. 14.6, зад. 14,7.**

Организирайте групово работа по **зад. 14.8**, като се постараете да формулирате задача, свързана със социално или екологично предприемачество (**зад. 14.3**).

Активно насочвайте учениците към отговори по метода на *мозъчна атака* и прецизирайте попълването на схемата.

Проверете придобитите познания от теста.

1. Същността на целта на предприемача е:

- А) дефиниране на бъдещото желано състояние на фирмата;
- Б) да балансира ресурсите;
- В) да послужи при рекламата на продуктите;
- Г) да печели симпатизанти.

2. При формулирането на целите е необходимо:

- А) да се изхожда от материалните ресурси;
- Б) да не се включват никакви ограничения;
- В) да се включат количествени, качествени, времеви и др. ограничения;
- Г) да се изхожда от крайните резултати (мисията).

3. Отличителните особености на „дървото на целите“ са:

- А) полезността за мениджърите и работниците;
- Б) ресурсната осигуреност и наличието на критерии;
- В) уникалност, допустима противоречивост, постижимост;
- Г) съвместимостта на различните цели и композирането им.

4. По какви признаци се квалифицират целите?

- А) за определен период;
- Б) за определен срок;
- В) за определен период и с определен срок;
- Г) нито едно от посочените.

5. Според периода на действие целите биват:

- А) мисия, стратегически, тактически, оперативни;
- Б) мисия, едногодишни, месечни;

- В) дългосрочни, краткосрочни;
- Г) не зависят от периода на действие.

6. Кои от изброените цели са лични:

- А) социални;
- Б) духовни;
- В) цели, осигуряващи удоволствия;

Г) всички отговори са верни.

Разработете условието за обобщаващата задача, която е след теста. Тя ще даде възможност на учениците да упражнят работата с дървото на живота.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

15. ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЯ

Цел на урока

Усвояване на процеса на вземане на решение.

Вашите задачи

- да направите входен тест с изучени термини, които ще ви трябват при усвояване на този урок;
- да запознаете учениците със същността и етапите на вземане на решение;
- да изясните грешките, които могат да възникнат в процеса за вземане на решенията;
- да разясните методите за вземане на решение – методът „Делфи“, метод на синтетика, метод „50+1“ и метод „Мозъчна атака“;
- да изведете понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - решение;
 - консенсус;
 - дефиниране;
 - моделиране;
 - организиране;
 - ръководство.

Препоръчителни дейности

Започнете с дефиниция за решение

РЕШЕНИЕТО е процес на избор на една от няколко възможни опции за действие или разсъждения.

Решението може да бъде взето *индивидуално или колективно*, въз основа на различни критерии като логика, емоции, интуиция, ценности, етика и др. Едно решение може да бъде *спонтанно, ефективно или неефективно*. Решението може да бъде *променено или отменено* в зависимост от обстоятелствата и новата информация (**зад. 15.1, зад. 15.2**)

Запознайте учениците със етапите от процеса на ефективно вземане на решение (Упражнете лесната техника за вземане на решение)

Коментирайте кога може да се допуснат грешки при вземане на решение – дайте примери.

ВАЖНО ЗА УЧЕНИЦИТЕ !

Решението се налага като процес само тогава, когато има проблем!

Упражнете практиките за индивидуални решения. Възложете на учениците да създадат сравнителна таблица за положителните и отрицателните страни за всички индивидуални методи за вземане на решения.

За да усвоят използването на **групови традиционни решения**, започнете да упражнявате вземането на **решения с нетрадиционни методи** (**зад. 15.3, зад. 15.4**). Особено наблегнете на метода **МОЗЪЧНА АТАКА** (**зад. 15.5**)

Виж презентация

Мозъчна атака



За да представите метода ДЕЛФИ, решете групово **казус 1, казус 2**.

Проверете придобитите познания от теста.

1. За да се увеличи ефективността на вземането на решения е добре да се спазват следните препоръки (Посочете грешния отговор):

- А) контролирайте всички етапи от вземане на решения и следете за тяхното съответствие;
- Б) изберете адекватно начините и средствата за вземане на решения;
- В) анализирайте винаги внимателно цялата информация за проблема;
- Г) основавайте решенията си винаги на личностното ви предчувствие и емоции в дадения момент.**

2. При вземането на решение може да се допусне грешка:

- А) поради липса на информация;

- Б) поради неясна информация;
- В) поради липса на познание;
- Г) всички отговори са верни.

3. Кой от изброените методи се характеризира с групово вземане на решения:

- А) Мозъчна атака;
- Б) методът Делфи;
- В) метод, основан на гласуване;
- Г) всички са верни.

4. Посочете кой от изброените етапи е първият, с който започва процесът на вземане на решения:

- А) дефиниране на проблема;
- Б) определяне на критериите;
- В) моделиране на решенията;
- Г) всички са верни.

5. Методите за вземане на индивидуални решения са:

- А) метод на синтетика;
- Б) мозъчна атака;
- В) метод на хвърляне на ези-тура;
- Г) методът Делфи.

6. Към вътрешните фактори, които допринасят за грешки в процеса на вземане на решения, се отнасят:

- А) непредвидени събития;
- Б) липса на информация;
- В) личностни черти;
- Г) несигурност на ситуацията.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

16. SWOT АНАЛИЗ

Цел на урока

Усвояване на техниката за работа със SWOT анализ.

Вашите задачи

- да направите входен тест;
- да разясните Swot анализа като полезна техника, даваща възможност за развитие на предприемача в зависимост от силни, слаби страни, възможности и заплахи;
- да обясните начините за определяне на силните и слаби страни, възможностите и заплахите като основни елементи на Swot анализа;
- да научите учениците сами да се самооценяват;
- да изведете понятията, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - SWOT анализ;
 - трол;
 - плагиатор.

Препоръчителни дейности

Започнете с факта, че това е най-често използваният метод за анализ и за самооценка.

Начертайте матрицата и попълнете символите. Обяснете ги.

Съкращението SWOT от английски означава:

S – Силни страни;

W – Слабости;

O – Възможности;

T – Заплахи.

Начертайте схемата и попълнете кои фактори са положителни, кои са отрицателни, кои са външни и кои вътрешни. Поискайте примери от учениците.

Факторите SWOT	Положителни	Отрицателни
Вътрешни	СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБОСТИ
Външни	ВЪЗМОЖНОСТИ	ЗАПЛАХИ

ОБЯСНЕТЕ !

SWOT анализът е инструмент, който се използва за управление на фирмата или дейността на предприемача, както и за самооценка на личността.

Използва се за определяне на силните страни и възможностите, и предпазване от слабите страни и заплахите на компанията.

SWOT анализът е полезен за оценка на текущото състояние на бизнеса, постигане на бъдещи цели, разработване на стратегии и придобиване на предимство пред конкурентите.

Преминете към детайлно обяснение на всеки един елемент на анализа, като следвате стъпките по-долу:

Силни страни – това са областите, в които компанията има предимства, като ресурси, таланти, умения, имидж на марката, лоялност на клиентите, финансови резултати.

Възможности (зависят от външния свят) – това може да бъде качество на продукта, пазарен дял, удовлетвореност на клиентите, канали за дистрибуция, структура на разходите и др.

Слабости – това може да бъде технологично развитие, нови пазари, нужди на клиенти, правни договорености и т.н.

Заплахи – отнасят се за икономически кризи, политическа нестабилност.

Разиграйте първо анализ на личността, а след това анализ на фирмата.

ОБЪРНЕТЕ ВНИМАНИЕ

В резултат на SWOT анализа, информацията, получена в матрицата, може да бъде визуализирана и състоянието на бизнеса може да се види ясно.

Също така, връзките между силните и слабите страни и възможностите и заплахите, произтичащи от SWOT анализа, могат да бъдат оценени и в зависимост от тях може да се създадат планове за действие, **за да може да се превърнат силните страни във възможности, да се премахнат слабостите или да се намалят заплахите.**

Обяснете за огромното приложение на този анализ.

Упражнявайте и разигравайте поотделно **(зад. 16.1, зад. 16.2, зад. 16,7)**

Виж и ползвай презентация
на **SWOT анализ**



За упражнение може да възложите на учениците да направят SWOT анализ на училището, в което се обучават – дайте им разяснение какви може да бъдат четирите елемента:

Слаби страни – засяга много ученици и учители. Те се проявяват по различни начини, като ниска мотивация, липса на интерес, отсъствие на ангажимент, недоволство и стрес.

Заплахи – сериозен проблем, който засяга както учениците, така и учителите. Заплахите могат да бъдат вербални, физически или психологически и да имат негативни последици за образователния процес, здравето и благополучието на засегнатите

лица. Заплахите могат да се изразяват по различни начини, като например: критикуване, оскърбяване, изпращане на обидни съобщения.

Силни страни – училището е място, където децата не само придобиват знания и умения, но и развиват своята личност, творчество, критично мислене и социална компетентност. Училището е среда, която стимулира интереса и любопитството на учениците, подкрепя тяхната мотивация.

Възможностите – училището е място, където учениците могат да развиват своите знания, умения, интереси и таланти. Училището предлага различни форми на обучение, като уроци, проекти, извънкласни дейности, екскурзии, състезания и олимпиади.

Проверете придобитите познания от теста.

1. Коя от изброените е силна вътрешна страна?

- А) приятелите Ви канят заедно да реализирате тяхната идея;
- Б) уязвимост;
- В) умения за работа с ИТ;
- Г) висока инфлация.

2. Коя от изброените е външна заплаха?

- А) трудно работите в екип;
- Б) винаги имате нови идеи;
- В) липса на сигурност;
- Г) повече развлечения.

3. Кои от изброените са вътрешни слаби страни?

- А) наличие на тролове, липса на сигурност;
- Б) липса на познание, нисък морал;
- В) умения за работа в мрежа, лична мотивация;
- Г) очакване на подкрепа от държавната администрация, повече развлечения.

4. Вътрешните фактори в SWOT-анализа са:

- А) възможностите и слабите страни;
- Б) възможностите и заплахите;
- В) заплахите и силните страни;
- Г) силните и слабите страни.

5. Има универсална техника за анализ, наречена SWOT. SWOT е аббревиатура за:

- А) умен работник, възможности и заплахи;
- Б) силни страни, слаби страни, възможности и заплахи;
- В) сила, работа, възможности и тенденции;

Г) силни страни, възможности, слаби страни и заплахи

6. Схемата на Айзенхауер е метод за определяне на:

- А) парите;
- Б) задачите;
- В) времето.

Тежест на вид оценяване към обща оценка:

- тест – 40%
- устно изпитване – 20%
- задача – 20%
- работа по казус – 10%
- активност – 5%
- работа в екип – 5%

9. БИЗНЕС ПЛАН

Цел на урока

Усвояване на знания за същността на документа Бизнес план.

Вашите задачи

- да направите входен тест със всички понятия, използвани досега, които според вас са най-значими и необходими за изготвяне на Бизнес план от предприемача;
- да изясните какви са основните цели на бизнес плана;
- да разясните основните елементи на бизнес плана – предварително маркетингово проучване и маркетингова стратегия;
- да разясните процеса на маркетинговото предварително проучване и всички негови елементи поотделно;
- да разясните процеса за разработване на маркетингова стратегия;
- да обясните понятията с примерите, които учениците в този урок трябва да усвоят:
 - капитал;
 - маркетинг;
 - експлоатация;
 - персонал;
 - маркетингова стратегия;
 - ценова стратегия;
 - продуктова стратегия;

- пласментна стратегия;
- промоция и реклама;
- конкурентоспособност

Препоръчителни дейности

Този урок е кулминацията на учебника по предприемачество. Това са най-дълбоките води, в които трябва да се потопят учениците. До тук се усвояваха понятията за предприемаческия процес и личността на предприемача.

ИЗПОЛЗВАЙТЕ И ЗАИМСТВАЙТЕ ОТ ПРИЛОЖЕНИЯ БИЗНЕС ПЛАН В КРАЯ НА УЧЕБНИКА!

Обяснете значението на бизнес плана – това е документ, който очертава целите, ресурсите и финансовите прогнози на бизнес проект, който се отнася както **за стартиране на нов бизнес**, така и за идея за подобряване на вече съществуваща дейност.

Бизнес планът помага да се оценят възможностите на предлаганата идея да се видят има ли конкуренция, рискове и какви са бизнес възможностите за развитие на тази идея.

Нека учениците разберат, че това е **ръководство за предприемача**, което може да послужи и за **УБЕЖДАВАНЕ** на банката да финансира бизнес начинанието.

Като начало използвайте показаната структура и разделите на бизнес плана.

Заедно с учениците изберете бизнес идеята по метода на SWOT анализ.

Създайте бизнес модел и се ръководете по него.

Използвайте бизнес плана, написан за **Фирма СИ транс** в приложението – опишете всички детайли и подробности, като използвате разработката.

Обърнете внимание какво ще се произвежда, кои потребителски нужди ще се задоволяват, има ли необходимост от допълнителни условия за осъществяване на бизнес идеята.

Отделете време за резюмето – освен бизнес идеята, с която работите – упражнете описване в резюме на различни бизнес идеи. Това е важно да се усвои.

Най-съществената част от МП е маркетинговото проучване, в това число дефиниция, анализ на вътрешната и на външната среда.

*Маркетинговото проучване представлява поредица от дейности, резултатите от които служат да се отговори на въпросите **КОЙ, КАКВО, КЪДЕ, КОГА и КАК КУПУВА или ПРЕДЛАГА?***

Въз основа на резултатите от проучването се изготвят предложения за нови идеи или за подобряване на използваната **маркетингова стратегия**.

Дейностите по маркетинговото проучване може да бъдат:

1. Събиране на информация за услугата от действащата фирма.
2. Събиране на информация от потребители, които търсят услугата.

3. Събиране на данни за конкуренцията.
4. Представяне на резултатите от маркетинговото проучване.

Виж презентация
на *Маркетингово проучване*



Въз основа на резултатите се създава план за действие, наречен стратегия.

ПРИПОМНЕТЕ !

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ е план, който позволява на дадена фирма да **концентрира своите ограничени ресурси в най-добрите възможности** за увеличаване на продажбите си и постигане на конкурентно предимство.

Виж презентация
на *Маркетингова стратегия*



Може да разработите маркетингова стратегия на даден малък бизнес, като подробно дефинирате:

- Продуктова стратегия
- Ценова стратегия
- Пласментна стратегия
- Промоция и реклама

Отделете място на финансовите разчети. Учениците трябва да знаят понятията приходи и разходи – това са паричните потоци от продажбите, постъпленията и разходите.

Препоръчваме всеки ред от посочената схема на бизнес плана да бъде разяснен като понятие.

При предаване на този урок, използвайте всички задачи, дадени в урока.

Задайте индивидуални задания и нека всеки ученик в края на учебната година да разработи бизнес план, като ползва Разработения бизнес план на фирма СИ ТРАНС.

Проверете придобитите познания от теста.

1. Бизнес планът е на човешките, финансовите и материалните ресурси за постигане на целите на стартиращия бизнес.

- А)** средство за планиране;
- Б)** средство за управление;
- В) средство за контрол;
- Г) всички отговори са верни.

2. Какво трябва да включва резюмето?

- А) основните моменти от бизнес плана;
- Б) предназначението на бизнес плана;
- В) поставените цели и необходими ресурси за постигането им;
- Г) всички отговори са верни.**

3. Коя част от бизнес плана може да се определи като най-важна?

- А) въвеждаща страница;
- Б) резюме;**
- В) съдържание;
- Г) финансови разчети.

4. Мястото на резюмето във всеки бизнес план е:

- А) в началото;**
- Б) в края;
- В) след въвеждащата страница;
- Г) след съдържанието.

5. Бизнес планът трябва да е:

- А) възможно най-обяснителен;
- Б) кратък и ясен;**
- В) няма значение обемът, а съдържанието;
- Г) няма верен отговор.

Възложете изготвяне на бизнес план за производство на изделие или услуга по избор на учениците.

Вярваме, че сме ви били полезни !

