

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт физики, технологии и экономики
Кафедра технологии и экономики

**Методы формирования
универсальных учебных действий учащихся
при изучении элективного курса «Технология торговли»**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата подпись
Руководитель ООП:

подпись

Исполнитель:
Сычева Олеся Александровна,
обучающийся Б – 41 группы

подпись
Научный руководитель:
Попова Нина Евгеньевна,
к.п.н., доцент

подпись

Екатеринбург – 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В РОССИИ.	
ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ТОРГОВЛИ.....	7
1.1. Этапы развития торговли в России.....	7
1.2. Особенности розничной торговли.....	12
1.3. Особенности оптовой торговли.....	19
ГЛАВА II. ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС «ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ» КАК МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ УНИВЕРСАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ДЕЙСТВИЙ УЧАЩИХСЯ.....	23
2.1. Понятие универсальные учебные действия учащихся.....	23
2.2. Цели и задачи элективного курса «Технология торговли».....	27
2.3. Методы обучения элективному курсу.....	40
2.4. Методические рекомендации педколлективу по реализации элективного курса.....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	63
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	67
ПРИЛОЖЕНИЕ 4.....	69
ПРИЛОЖЕНИЕ 5.....	71

ВВЕДЕНИЕ

Общее образование, гарантированное гражданам страны Конституцией Российской Федерации, как один из важнейших социальных институтов, должно помогать учащимся адаптироваться к современным экономическим условиям и облегчать выпускникам школы процесс социализации за счет создания предпосылок для личностного роста и повышения уровня профессиональной компетентности.

ФГОС СОО определяет следующие требования по усвоению учащимися универсальных учебных действий, которые включают в себя способность обучающегося к саморазвитию, сформированность мотивации к обучению, способность ставить цели, умение использовать полученные теоретические знания в процессе практической деятельности, самостоятельность в планировании учебного процесса, формирование научного типа мышления, владение ключевыми понятиями, методами и приемами.

По мнению А. В.Федотовой, универсальные учебные действия - это «обобщенные действия, открывающие возможность широкой ориентации учащихся, — как в различных предметных областях, так и в строении самой учебной деятельности

УУД являются одним из ключевых понятий в теории развивающего обучения Д.Б. Эльконина — В.В. Давыдова, особенностями которой являются организация целенаправленной учебной деятельности — особой формы активности учащегося, направленной на изменение самого себя как субъекта учения; использование проблемного изложения; использование учебных задач; организацию коллективно-распределительной деятельности, диалога, полилога; оценку результатов деятельности ученика. Особое место уделяется содержательной рефлексии учащихся, поиску и рассмотрению существенных оснований и собственных мыслительных действий.

Методика по формированию универсальных учебных действий изложена в трудах А.Г. Асмолова. Автор подробно описывает классификацию универсальных учебных действий, возрастные особенности учащихся, а также критерии оценивания сформированности УУД.

В настоящее время в практике школьного обучения развитие универсальных учебных действий осуществляется через разнообразные формы, методы обучения и содержание учебных предметов. Однако если в учебный план образовательных организаций включать элективные курсы, реализация которых будет строиться на основе строго последовательных методов, приемов применения, то это позволит не только целенаправленно формировать универсальные учебные действия учеников, но и мотивировать их на самостоятельную учебную деятельность. Содержание элективных курсов должно способствовать профессиональной ориентации учащихся и готовить их к выбору будущей профессии.

Большинство специальностей в условиях развития современной экономики связано именно со сферой общественных отношений, поэтому в образовательный процесс целесообразно включать дисциплины, целью которых является формирование экономической грамотности учащихся, а также практико-ориентированная направленность.

На современном этапе развития экономики, в условиях уже относительно сложившихся экономических связей и конкурентной среды становится актуальным просвещение учеников в области торговли. Знание этого сектора экономики очень важно для современного человека, так как он является весьма активными участниками торговых отношений, причем постоянно, регулярно в течение всей жизни.

Знание торговых отношений надо формировать уже в школе, чтобы ученик мог грамотно пользоваться услугами торговли, разбираться не только в совершенствовании существующих технологий организации розничной и

оптовой торговли, но и мог объяснить внедрение новых для экономики методик продвижения товара, так как от этих нововведений он может оказаться «жертвой» и скупить товар, не являющийся для него необходимостью.

На настоящий момент наблюдается недостаточный уровень подготовки выпускников к реальной практической экономической деятельности, присутствует дисбаланс между теоретическими знаниями и практическими навыками, поэтому тема **«Методы формирования универсальных учебных действий учащихся при изучении элективного курса «Технология торговли»»** весьма актуальна.

Объект исследования: процесс формирования универсальных учебных действий учащихся при изучении элективного курса «Технология торговли».

Предмет исследования: методы формирования универсальных учебных действий учащихся при изучении элективного курса «Технология торговли».

Цель исследования: обосновать методы преподавания элективного курса «Технология торговли» для учащихся 10 классов и выработать методические рекомендации для педагога по формированию универсальных учебных действий учащихся.

Гипотеза исследования заключается в предположении: если методически грамотно используются методы обучения элективному курсу "Технология торговли", то будут успешно сформированы универсальные учебные действия учащихся, обозначенные в ФГОС СОО.

В соответствии с поставленной целью и сформулированной гипотезой в исследовании поставлены следующие **задачи:**

1. Проанализировать научную литературу по истории развития торговли в России, выявить современное состояние и тенденции ее развития.
2. Исследовать в теории понятие «универсальные учебные действия учащихся», обозначенные в ФГОС СОО.

3. Сформулировать цели и задачи и содержание элективного курса «Технология торговли», исходя из требований ФГОС СОО.

4. Обосновать методы обучения элективному курсу «Технология торговли».

4. Выработать методические рекомендации педколлективу по реализации элективного курса.

Методы исследования:

1. Теоретические:

- изучение и анализ психолого-педагогической и социологической литературы по проблеме исследования.

2. Эмпирические:

- анализ существующих методов преподавания;
- анализ основных целей и задач элективного курса «Технология торговли»;

3. Интерпретационные:

- количественный и качественный анализ полученных данных.

Практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы в работе учителей обществознания в общеобразовательных организациях.

Экспериментальной базой исследования является МБОУ СОШ № 10 г. Екатеринбурга.

Структура работы: Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

Глава I. История развития торговли в России. Основные виды торговли

1.1. Этапы развития торговли в России

Исходными сведениями о процессе возникновения и развития торговли на Руси были сведения о немой торговле, встречающейся в качестве наиболее ранней формы торговли у всех народов, населявших Россию. При этом способе торговли процесс заключался в следующем: представители из разных племен прибывали в заранее оговоренное место совершения обмена, где участники немой торговли выкладывали свой товар на определенное место, делали знаки и оставляли его. Через некоторое время возвращались и находили там нужный им для обмена товар, который лежал рядом с их товаром [11]. Данная форма торговли предусматривала то, что ее участники не видели друг друга и не общались между собой. С развитием общества развивались и торговые отношения.

Первые упоминания о внутренней торговле в России относятся к VIII веку.

Центром всей экономической жизни становится Киев. Он являлся главным сборным пунктом русской торговли.

Торговля на Руси носила ярмарочный характер и главным торговым днем считалась пятница, когда на главной площади города открывался рынок.

В IX веке в Киевской Руси развитие торговли ускорилося. В это время каждый город представлял собой отдельное княжество, у каждого были свои рынки, внутренняя и образовавшаяся внешняя торговля. Внутреннюю торговлю вели сами производители, внешнюю – купцы.

Следующий этап становления торговли можно отнести к XII веку. После раздробления Руси экономическим центром становится Новгород. Именно в Новгороде обозначилось проявление первой специализации в торговле.

После принятия христианства, торговые операции стали проводить под покровительством церкви. В церквях Духовенство хранило меры, весы, лари, записки и книги для закрепления торговых сделок.

Со второй половины XIV века, центром торговых отношений на Руси становится Москва. В ней происходит сосредоточение торговли и промышленности. Именно в Москве совершаются все весомые торговые сделки, издаются государственные указы для регламентации и поддержки коммерции [11].

Большое значение в XV-XVI вв. имела торговля между княжествами. Во внутренней торговле стали ремесленники, крестьяне, служилые люди, дворяне, бояре. Появлялись Гостиные дворы и торговые ряды. Гостиные дворы существовали для оптовой торговли. Розничная и мелкорозничная торговля была сосредоточена в торговых рядах. Названия рядов полностью соответствовали ассортименту товаров, которые там предлагались.

Получила развитие передвижная торговля и разностной торг, которым занимались скупщики, прасолы, коробейники и т.п.

Благодаря Приказу Большой казны торговая деятельность облагалась налогами. А Торговый указ 1653 года положил начало созданию единой таможенной системы на Руси.

Торговля к началу эпохи правления Петра Великого характеризуется следующими признаками:

- специализация торговли;
 - разделение торговли на опт и розницу;
 - разнообразие торговых мест;
 - разделение торговли на сезонную (эпизодическую) и постоянную
- [14].

Во второй половине 17 правительство России осуществляет политику меркантилизма и ограничивает торговлю иностранных купцов на своей территории.

Это период развития торговли в XVII веке характеризуется следующими особенностями и принятыми реформами:

- промышленные товары занимают лидирующие позиции в экспорте;
- экспорт превышает импорт;
- создана «Коммерц-коллегия» - государственный орган по контролю и руководству торговлей в России.

Во 2-й половине XVIII века в Москве появляются первые магазины при купеческих домах. В 1797 году разрешалось иметь лавки с витринами и выставками при жилых домах.

Во 2-й половине XIX века объем торговли резко увеличился. Рост городского населения и численности рабочего класса привел к расширению емкости внутреннего рынка. В 1885 году оборот внутренней торговли составлял около 5 млрд. руб, в 1900 – уже свыше 11 млрд. руб.

Санкт-Петербург также стал занимать особое место в развитии торговли. В это время в Санкт-Петербурге была создана первая товарная биржа.

В конце XIX века возникли акционерные торговые товарищества, получила развитие оптовая биржевая торговля [23].

Вступление России на рубеже XIX-XX веков в стадию империализма привело к концентрации торговли в руках монополий. Количество ярмарок стало снижаться, получила развитие магазинная форма торговли.

В годы 1-й мировой войны сокращается производство потребительских товаров, увеличивается рост цен, развивается спекуляция, возникает продовольственный кризис. После Октябрьской революции 1917 года Советским государством была создана новая система торговли – социалистическая.

Советское государство с первых лет власти уделяло большое внимание всемерному развитию и совершенствованию торговли. Наряду с национализацией устанавливалась государственная монополия на торговлю. В

целях обеспечения централизованного снабжения населения товарами, в ноябре 1917 года был создан Народный комиссариат по делам продовольствия. С января 1919 года введена продразверстка, которая с переходом к новой экономической политике была заменена продналогом. По мере укрепления социалистических форм в экономике страны вытеснялся частный сектор в оптовой и розничной торговле.

Период 1925 – 1926 гг. имеет ряд особенностей:

- происходит планирование производства важнейших потребительских товаров;
- создается система оптовых баз;
- расширяется колхозная торговля.

Система внутренней социалистической торговли в период Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. обеспечила регулярное и устойчивое снабжение населения и Советской Армии. Несмотря на огромные трудности, вызванные войной, уже в конце 1947 года была отменена карточная система, К 1950 году был превзойден довоенный уровень розничного товарооборота и восстановлена торговая сеть. В последующие годы были обеспечены высокие темпы развития внутренней торговли, которая превратилась в одну из крупных отраслей народного хозяйства.

Развитие торговли и улучшение обслуживания населения неразрывно связаны с созданием материально-технической базы, внедрением более совершенных видов торгового оборудования.

В конце XX века и начале XXI торговля претерпевает немалые изменения и получает толчок к активному развитию в связи с переходом на рыночные отношения. Появление частного, развитие малого и среднего бизнеса также благоприятствуют расширению значения сферы торговли и услуг, а также их совершенствованию. Но Финансовый кризис 1997 года способствовал

снижению покупательской способности населения. В это время начинают появляться социальные магазины и сети магазинов эконом-класса.

С выходом из кризиса создаются новые экономические модели и способы повышения эффективности коммерческой деятельности. К 2005 стали появляться формы торговли по каталогам, интернету. Охват потребителей стал осуществляться с помощью рекламы и различных акций. Уже в 2007 году объем продаж российского рынка розничной торговли оценивался в 240 млрд. долларов и рынок розницы в России по объемам занимал 12 место в мире. Локомотивом, обеспечивающим такой стабильный рост отрасли торговли, стали крупные торговые сети.

Таким образом, развитие торговли в России уходит в далекие времена, когда одной из первых форм торговли являлась немая торговля, затем торговая деятельность приняла ярмарочный характер, а с того момента, как Москва стала центром торговых отношений, на Руси начали появляться гостиничные дворы и торговые ряды, с помощью которых осуществлялась оптовая и розничная торговля. Также стоит отметить, что появление в XVIII веке сети магазинов и лавок с витринами постепенно вытесняет ярмарки и становится ведущей формой торговли. Период 1925 – 1926 гг. характеризуется созданием системы оптовых баз и развитием колхозной торговли. С переходом на рыночные отношения в России получает развитие малый и средний бизнес, что способствует расширению сферы торговли и услуг.

Современная торговля имеет принципиально иное значение, поэтому каждому человеку, являющемуся активным и постоянным участником процесса торговли, необходимо знать ее особенности.

1.2. Особенности розничной торговли

Розничная торговля - любая деятельность по продаже товаров или услуг конечным потребителям для их личного некоммерческого использования.

Крупнейшие розничные фирмы – это, прежде всего сети универмагов со смешанным ассортиментом и сети универсамов.

Экономической составляющей розничной торговли является торговая наценка (маржа). Торговая наценка — это разность между закупочной и продажной ценой. Из полученной торговой наценки торговец оплачивает текущие постоянные и переменные издержки [5].

Помимо торговой наценки источниками дохода могут выступать:

- размещение рекламы;
- проведение промоушн мероприятий;
- продажа торговых мест и полочного пространства.

Существует понятие формата розничного магазина.

Существуют следующие форматы розничной торговли:

Супермаркет (англ. supermarket, «сверхрынок») — крупный универсам по продаже полного ассортимента продуктов питания и напитков, а также предметов домашнего хозяйства. В некоторых супермаркетах есть свои хлебобулочные изделия, предлагаются различные услуги (брокерские, страховые и др.). В основном супермаркеты являются отделениями крупных торговых сетей.



Рис.1 Супермаркет.

Гипермаркет — предприятие торговли, реализующее продовольственные и непродовольственные товары универсального ассортимента преимущественно

по форме самообслуживания. Торговая площадь гипермаркета — около 56 тыс. кв. м. Ассортимент представлен 50—150 тыс.

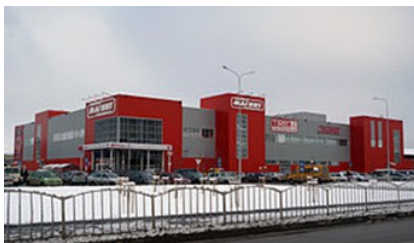


Рис.2 Гипермаркет.

Универсам (сокращение от «универсальный магазин самообслуживания») — магазин в котором большинство товаров расположено на открытых витринах и покупатель сам берет, что ему нужно, а расплачивается в кассе при выходе из магазина. Основное отличие от супермаркета — универсам меньше по размерам. Большая часть ассортимента приходится на продовольственные товары.

Универмаг — крупный магазин, осуществляющий торговлю широким ассортиментом продовольственных и/или промышленных товаров.

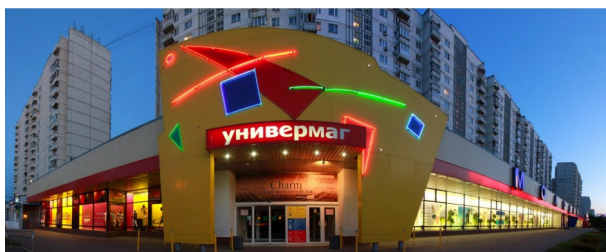


Рис. 3 Универмаг

Интернет-магазин — сайт, торгующий товарами, посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ.

«*Cash & Carry*» (англ. «Заплати и уноси») — это магазин самообслуживания, предоставляющий возможность покупателям приобретать различные товары в розницу и мелким оптом.



Рис.4 «Cash & Carry».

Дискаунтер (от англ. discount — скидка, делать скидку) — магазин с широким ассортиментом товаров по оптовым ценам. Управление таким магазином направлено на снижение издержек за счёт минималистского исполнения торгового зала, упрощённой выкладки товаров, снижения количества работающего персонала.

Магазин у дома (магазин «шаговой доступности») — небольшой магазин, предназначенный для обеспечения текущих потребностей живущих неподалеку покупателей. Зачастую расположен непосредственно в самом доме, на его первом или цокольном этаже [29].



Рис.5 «Магазин у дома».

Функции и задачи розничной торговли

Розничная торговля решает следующие задачи:

- обеспечение потребителя нужными ему товарами;
- формирование ассортимента товаров и перечня имеющихся услуг;
- демонстрация образцов на стендах для получения заказов на товары;
- осуществление рассылки товаров до покупателей или пунктов самовывоза.

Функции, которые должна выполнять розничная торговля для обеспечения успешной реализации товаров конечным потребителям, определяются ее сущностью и заключаются:

- в изучении спроса на товары и их рыночного предложения;
- в формировании торгового ассортимента;
- в организации доведения товаров до покупателей;
- в воздействии на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров;
- в рекламно-информационной работе розничных торговых предприятий;
- в выборе наиболее эффективных методов продажи товаров (предложение товаров и оказание помощи покупателям в их выборе, выполнение расчетных операций);
- в оказании покупателям комплекса услуг, облегчающих процесс не только покупки, но и использования товара (прием предварительных заказов, продажа отдельных товаров в кредит, доставка купленных товаров покупателю, сборка и установка купленных товаров на дому у покупателя, обучение покупателя правилам эксплуатации технически сложных товаров, подарочная упаковка приобретенных товаров и т.д.);

Маркетинговые решения розничного торговца

Сейчас следует рассмотреть основные маркетинговые решения, которые необходимо принять розничному торговцу в отношении целевого рынка, товарного ассортимента и комплекса услуг, цен, стимулирования и места размещения своего торгового предприятия.

РЕШЕНИЕ О ЦЕЛЕВОМ РЫНКЕ.

Самое важное решение, которое предстоит принять розничному торговцу, - это выбор целевого рынка. Невозможно принимать последовательные, согласующиеся между собой решения относительно товарного ассортимента, оформления магазина, средств рекламы, уровней цен не определившись с выбором целевого рынка.

РЕШЕНИЕ О ТОВАРНОМ АССОРТИМЕНТЕ И КОМПЛЕКСЕ УСЛУГ.

Розничным торговцам предстоит принять решение о трех основных «товарных» переменных: товарном ассортименте, комплексе услуг и атмосфере магазина. Товарный ассортимент розничного торговца должен отвечать покупательским ожиданиям. Необходимо принять решение о широте товарного ассортимента (узкий или широкий) и его глубине (мелкий или глубокий). Так, в сфере общепита заведение может предлагать узкий и мелкий ассортимент (небольшая буфетная стойка), узкий и глубокий ассортимент (буфет с холодными закусками), широкий и мелкий ассортимент (кафетерий) или широкий и глубокий ассортимент (крупный ресторан). Также важной характеристикой товарного ассортимента является качество предлагаемых товаров. Необходимо помнить, покупатель желает получить качественный товар. Розничному торговцу предстоит также решить вопрос о комплексе услуг, которые он предложит клиентам (кредит, доставка, установка, упаковка). Третьим элементом товарного арсенала розничного торговца является атмосфера магазина. Магазин должен воплощать в себе атмосферу, которая соответствует вкусам потребителей целевого рынка и оказывать положительное влияние на совершение покупок, информация в обобщенном виде представлена в Таблице 1.

Таблица 1

Типичные услуги, оказываемые розничными магазинами

<i>Предпродажные услуги</i>	<i>Послепродажные услуги</i>	<i>Дополнительные услуги</i>
1. Прием заказов по телефону	1. Доставка покупок	1. Инкассирование чеков
2. Прием заказов (или отправка покупок по почте)	2. Обычная упаковка (или затаривание) покупок	2. Справочная служба
3. Проведение рекламы	3. Подарочная упаковка	3. Бесплатная автостоянка
4. Оборудование витрин	4. Подгонка товара	4. Рестораны, кафе
5. Внутримагазинные экспозиции	5. Возврат товаров	5. Услуги по ремонту
6. Примерочные	6. Переделка товара	6. Оформление интерьеров
7. Часы работы	7. Портновские услуги	7. Предоставление кредитов

8.Показы мод	8.Установка товара	8.Комнаты отдыха
9.Принятие старых товаров	9.Нанесение надписей на товары	9.Присмотр за детьми
	10.Доставка наложенным платежом	

РЕШЕНИЕ О ЦЕНАХ.

Цена - ключевой фактор конкуренции и одновременно отражение качества предлагаемых товаров. Способность розничного торговца совершать тщательно продуманные закупки - важнейшая составляющая его успешной деятельности. Помимо этого, к назначению цен следует подходить очень внимательно и по ряду других причин. На некоторые товары можно произвести низкие наценки с целью превращения этих товаров в «заманивателей» или «убыточных лидеров» в надежде на то, что, оказавшись в магазине, потребители заодно купят и другие товары с более высокими наценками.

РЕШЕНИЕ О МЕТОДАХ СТИМУЛИРОВАНИЯ.

Для охвата потребителей используются такие методы стимулирования, как реклама, акции, спец-предложения, распродажи.

Стимулирование сбыта может выражаться в проведении внутри-магазинных показов, использовании зачетных талонов, разыгрывании призов, устройстве визитов знаменитостей.

РЕШЕНИЕ О МЕСТЕ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Выбор места расположения магазина - один из решающих конкурентных факторов с точки зрения возможностей привлечения покупателей. Клиенты, например, как правило, выбирают тот продуктовый магазин, который находится к ним ближе всех. Сети универмагов, нефтяные компании и владельцы в сфере общепита особенно тщательно выбирают места размещения своих предприятий [13].

Итак, особенности розничной торговли заключаются в многообразии ее проявлений в таких форматах как: супермаркет, гипермаркет, универсам,

универмаг, интернет – магазин, cash&carry, дискаунтер, магазин у дома. Благодаря им выполняются функции формирования торгового ассортимента, изучения спроса и предложения, оказания покупателям комплекса услуг. Также представленные форматы розничной торговли выполняют ряд следующих задач: обеспечение потребителя нужными товарами, демонстрация образцов товаров на стендах, осуществление рассылки товаров. Стоит отметить, что сформулированные в параграфе маркетинговые решения помогут розничному торговцу грамотно наладить работу своего магазина и извлечь максимальную прибыль.

1.3. Особенности оптовой торговли

Оптовая торговля представляет собой любую деятельность по продаже товаров и услуг тем, кто приобретает их или в целях дальнейшего использования (переработка, пошив), или перепродажи.

Рыночное пространство включает в себя не только непосредственных производителей и потребителей товарной продукции, но и оптово-посреднические организации, которые оказывают услуги, как производителям, так и конечным потребителям продукции.

В советский период в стране существовала разветвленная система оптовых контор, баз, складов, холодильников, которые занимались оптовой реализацией различных групп товаров. Это были ведущие звенья торговой отрасли, которые осуществляли функции централизованного распределения товарных ресурсов, установления скидок, определяли пути товародвижения и другие важные вопросы. Такие предприятия имели специализацию, поэтому ни о какой конкуренции речь идти не могла.

Оптовое звено определяет направление товарных потоков, преобразует производственный ассортимент в торговый и выступает проводником огромной массы товаров на потребительский рынок [7].

Функции и задачи оптовой торговли

Основными задачами оптовой торговли являются:

- поиск поставщиков товаров для розничных предприятий и других покупателей;
- закупка крупных партий товаров у предприятий-изготовителей;
- формирование торгового ассортимента и приспособление его к запросам промежуточных и конечных потребителей;
- улучшение качества товаров;
- обеспечение предприятиям-изготовителям сбыта их товаров;
- маркетинговые исследования для производителей товаров и розничных торговых предприятий;
- информационное обслуживание;
- принятие риска при обращении товаров.

Маркетинговые решения оптовика

Оптовые торговцы должны принимать ряд маркетинговых решений, основные из которых касаются выбора целевого рынка, формирования товарного ассортимента и комплекса услуг, ценообразования, и выбора места размещения предприятия [2].

РЕШЕНИЕ О ЦЕЛЕВОМ РЫНКЕ.

Подобно розничным торговцам, оптовикам необходимо определить свой целевой рынок, а не пытаться обслужить сразу всех. Оптовик может выбрать целевую группу по следующим признакам:

- по размеру (например, только крупные розничные торговцы);
- по виду (например, только магазины продовольственных товаров);

- по заинтересованности в услуге (например, клиенты, нуждающиеся в кредитовании).

В рамках целевой группы оптовик не только может выделить наиболее выгодных для себя клиентов, но также может и отвалить от себя менее выгодных клиентов, установив более высокие объемы минимальных заказов или надбавки к цене за заказы небольшого объема.

РЕШЕНИЕ О ТОВАРНОМ АССОРТИМЕНТЕ И КОМПЛЕКСЕ УСЛУГ.

«Товаром» оптовика является предлагаемый им ассортимент. Для его формирования необходимо отбирать только востребованные товарные группы, а также тщательно продумывать комплекс услуг, который можно предложить вместе с предлагаемым товаром.

РЕШЕНИЕ О ЦЕНАХ.

Для покрытия своих издержек оптовики обычно производят определенную наценку, 20%, на первоначальную стоимость товаров. Издержки могут достигать 17% суммы валовой прибыли, и тогда чистая прибыль оптового торговца составит всего около 3%. В целях увеличения прибыли оптовые торговцы могут применить следующие меры:

- сокращение размеров чистой прибыли для привлечения большего количества клиентов;
- обращение к поставщику с предложением установить низкую льготную цену для увеличения общего объема сбыта товаров.

РЕШЕНИЕ О МЕСТЕ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Для оптовой торговли характерно размещение предприятий в районах с низкой арендной платой и низким налогообложением. Для повышения скорости и оперативности приема заказов можно воспользоваться научными разработками. Примером одной из таких разработок стало создание автоматизированных складов с записью поступающих заказов на перфокарты, которые затем вводятся в ЭВМ. Товары извлекаются из мест хранения с

помощью механических устройств и подаются транспортером на отгрузочную платформу, где происходит комплектование [2].

Таким образом, к основным задачам оптовой торговли следует отнести: поиск поставщиков товаров для розничных предприятий, закупка крупных партий товаров, обеспечение сбыта товаров, проведение маркетинговых исследований для производителей товаров и розничных предприятий, информационное обслуживание.

Для того чтобы успешно реализовать перечисленные задачи, оптовику необходимо принять целый комплекс маркетинговых решений, который поможет ему определить целевой рынок, сформировать ассортимент товаров и услуг, установить оптимальную цену на продукцию, а также решить вопрос о выгодном размещении предприятия.

Детальное изучение вопроса история развития торговли в России и основных её видов представляется весьма актуальным, так как каждый человек самым активным образом связан с куплей и продажей товаров, что требует формировать грамотных потребителей уже в школьном возрасте.

Глава II. Элективный курс «Технология торговли» как метод формирования универсальных учебных действий учащихся

2.1. Понятие «универсальные учебные действия учащихся»

Опора на традиционную форму организации процесса не развивает современных учащихся, которые, в первую очередь, должны быть заинтересованы в собственном развитии. В настоящее время вступили в силу Федеральные государственные образовательные стандарты среднего общего (полного) образования (далее ФГОС СОО). Стандарты нового поколения являются ориентиром на достижение учащимися личностных, метапредметных и предметных результатов, овладение *универсальными учебными действиями* (далее УУД).

Универсальные учебные действия – совокупность действий учащегося, обеспечивающих его культурную идентичность, социальную компетентность, толерантность, способность к самостоятельному усвоению новых знаний и умений, включая организацию этого процесса.

Функции универсальных учебных действий включают:

- обеспечение возможностей учащегося самостоятельно осуществлять деятельность учения, ставить учебные цели, искать и использовать необходимые средства и способы достижения, контролировать и оценивать процесс и результаты деятельности;
- создание условий для развития личности и ее самореализации на основе готовности к непрерывному образованию, компетентности “научить учиться”, толерантности жизни в поликультурном обществе, высокой социальной и профессиональной мобильности;

- обеспечение успешного усвоения знаний, умений и навыков и формирование картины мира и компетентностей в любой предметной области познания.

Реализация данных функций строится на основе следующих **общедидактических принципов обучения:**

1. *Принцип развивающего обучения* предусматривает, что целью процесса обучения является всесторонне развитие личности. Для этого необходимо соблюдать меру трудности, преодолевать препятствия и ориентироваться на зону ближайшего развития учащегося.

2. *Принцип воспитывающего обучения* строится на воспитании нравственных и эстетических УУД, которые являются базой жизненных идеалов и социального поведения.

3. *Принцип систематичности и последовательности обучения* направлен на влияние совокупности УУД на взаимосвязи между полученными знаниями, то есть возможности перехода от простого к сложному, от близкого к далекому, от конкретного к абстрактному.

4. *Принцип доступности* означает, что трудность изучаемого материала должна соответствовать возрастным особенностям учащихся.

5. *Принцип научности* предполагает, что система УУД должна базироваться на основных методах научного познания: эксперимент, сравнение, наблюдение, абстрагирование, обобщение, конкретизация, анализ и синтез.

6. *Принцип индивидуализации* предполагает, что интеграция УУД должна учитывать психический, интеллектуальный и эмоциональный уровни развития ребенка, а также соответствовать его индивидуальным особенностям.

7. *Принцип наглядности* означает, что для эффективной связи УУД необходимо задействовать органы чувств к восприятию и усваиванию учебного материала.

8. *Принцип прочности усвоения знаний и всестороннего развития познавательных способностей детей.* Этот принцип строится на объединении УУД, при котором учащиеся смогут применять полученные знания в отдаленном учебном процессе для решения теоретических и практических задач.

9. *Принцип связи с жизнью.* Отличительной чертой этого принципа является понимание детьми важности теории в жизни человека, а также применение ее на практике.

Перечисленные дидактические принципы обучения должны учитываться и соответствовать методическим требованиям, предъявляемым к ним, что позволит установить результаты обученности учащихся по трем блокам УУД.

В составе **основных видов универсальных учебных действий** можно выделить три блока: личностный; метапредметный и предметный.

Личностные универсальные учебные действия обеспечивают:

- самоопределение, характеризующееся формированием у учащихся отношения к своей будущей профессиональной деятельности через полученные знания и личностные потребности.
- смыслоопределение ученика предполагает личностный смысл полученных знаний и их значение для него самого.
- нравственно-этическое оценивание учащихся предполагает умение соотносить поступки и события с принятыми этическими принципами, знание моральных норм и умение выделить нравственный аспект поведения, а также ориентироваться в социальных ролях и межличностных отношениях.

Метапредметные универсальные учебные действия:

- *познавательные* навыки направлены на развитие общеучебных и логических УУД, что позволяет ученикам демонстрировать способность понимать информацию, переводить её в разные модели, анализировать,

классифицировать, воспринимать, проводить аналогии, сравнения, обобщения, высказывать свою точку зрения, комментировать тему;

-коммуникативные навыки обеспечивают социальную компетентность и сознательную ориентацию учащихся на позиции других людей (прежде всего, партнера по общению или деятельности), умение слушать и вступать в диалог, участвовать в коллективном обсуждении проблем, интегрироваться в группу сверстников и строить продуктивное взаимодействие и сотрудничество со сверстниками и взрослыми;

-регулятивные навыки обеспечивают способность целеполагания как постановка учебной задачи на основе соотнесения того, что уже известно и того, что еще неизвестно; способность организовать свою деятельность: принимать, понимать учебную задачу, планировать, корректировать свои действия, адекватно оценивать свои действия и других.

Предметные универсальные действия обеспечивают:

- роль экономики в жизни общества, экономика как подсистема общества, производство экономических благ, экономика и уровень жизни, экономика и социальная структура общества, экономики и политика государства, экономическая культура, экономические отношения и интересы, экономическая свобода и социальная ответственность. Связь экономической культуры и деятельности.

Развитие системы универсальных учебных действий ученика в составе личностных, метапредметных и предметных осуществляется в рамках нормативно-возрастного развития личностной и познавательной сфер обучающего. Процесс обучения задает содержание и характеристики учебной деятельности обучающего и тем самым определяет зону ближайшего развития и намечает пути формирования универсальных учебных действий, переводя обучающихся, по идее Л.С.Выготского, в зону его актуального развития.

Развитию УУД способствуют все предметы учебного плана образовательных учреждений, в том числе и элективный курс «Технология торговли».

2.2. Цели и задачи элективного курса «Технология торговли»

Элективные курсы - это обязательные курсы по выбору учащихся. Именно за счет этих курсов старшеклассники могут выстраивать собственную образовательную траекторию.

В Концепции профильного обучения на старшей ступени общего образования выделены три основные **функции этого типа курсов [8]:**

- *выступать в роли "настройки"*, дополняя содержание профильного курса. Например, в гуманитарном профиле экономики - профильный предмет, можно разработать такие элективные курсы, как "Экономическая культура народов Удмуртии", "Торговая культура эпохи античности" и др.;

- *расширять содержание базового предмета*. Эти курсы позволяют углубить содержание того базового курса, который интересует учащихся, но с их точки зрения изучается не достаточно глубоко. Такие курсы как "Экономический язык", "Письменный экономико-политический язык", "ЕГЭ по обществознанию" могут помочь учащимся более успешно подготовиться к сдаче единого государственного экзамена или углубить знания по основному предмету;

- *удовлетворять познавательные интересы учащихся в областях деятельности, выходящих за рамки выбранного профиля или предметных знаний программы*. Например, элективные курсы "Онтология экономического сознания", "Практическая экономика", "Основы маркетинга" и др.

Цель элективных курсов в профильной школе – углубить знания учащихся, расширить их представления в основных предметных областях и за их рамками. Аналогом этим курсам могут служить уже существующие факультативы.

В соответствии с концепцией эксперимента предпрофильной подготовки учащихся применяются **два вида элективных курсов:**

1. Предметно-ориентированные (пробные) курсы.

Они предназначены помочь школьникам реализовать свой интерес к выбранным предметам, уточнить готовность и способность осваивать интересующий предмет на повышенном уровне.

У этого вида элективных курсов предпрофильной подготовки три основные задачи:

- дать ученику возможность реализовать свой интерес к выбранному предмету;
- уточнить готовность и способность ученика осваивать выбранный предмет на повышенном уровне;
- создать условия для подготовки ученика к экзаменам по выбору после окончания 9 класса. Предполагается, что экзамены по выбору одновременно станут вступительными экзаменами на профиль обучения.

По своим задачам данные элективные курсы являются прогностическими по отношению к профильным курсам в старшей школе. Их присутствие в учебном плане повышает вероятность того, что ученики сделают осознанный и правильный выбор дальнейшего профиля обучения.

Программы предметно ориентированных элективных курсов включают, во-первых, углубление отдельных тем базовых общеобразовательных программ, во-вторых, изучение отдельных тем, выходящих за рамки этих программ, в третьих, включение практической деятельности для закрепления теоретических навыков.

2. Межпредметные (ориентационные) курсы.

Они предназначены стать основой для ориентации учащихся в мире современных профессий. Эти курсы должны познакомить подростков с комплексными проблемами, выходящими¹⁶ за рамки традиционных школьных предметов.

У ориентационных элективных курсов две основные задачи:

- создать базу для ориентации учеников в мире современных профессий, познакомить девятиклассников на практике с наиболее распространенными профессиями и спецификой деятельности, связанной с ними;
- способствовать внутривузовской специализации.

В содержательном плане программы этого вида элективных курсов предполагают выход за рамки традиционных предметов. Их можно разрабатывать на основе курсов начальной профессиональной подготовки. Перечень подобных курсов может включать, например, такие как "Основы экономики", "Современные направления в развитии торговли", "Социология и статистика" и др.

Виды элективных курсов определяются задачами ступени школы, видом учебного заведения, местными условиями, возможностями класса, группы, учителя и так далее. Обсуждая вопрос о месте элективных курсов в старшей профильной школе, Каспржак А.Г. [15, с. 16-21] выделяет их виды, содержание и способы работы, образовательные задачи, которые в обобщенном виде представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Виды и содержание элективных курсов

<i>Образовательные задачи</i>	<i>Вид элективного курса</i>	<i>Содержание и способы работы</i>
Создание условий для того, чтобы ученик утвердился или отказался от	«пробный»	Знакомство с видами деятельности, характерными для

сделанного им выбора направления дальнейшего учения и связанного с определённым видом профессиональной деятельности		человека, работающего в той или иной образовательной области
Помочь старшекласснику, совершившему в первом приближении выбор образовательной области для более тщательного изучения, увидеть многообразие видов деятельности, с ней связанных	«ориентационный»	Коллективное выполнение проекта, которое интегрирует, во-первых, несколько видов деятельности, а во-вторых – содержание нескольких наук
Удовлетворение естественного любопытства молодого человека к какой-то области знаний, которая отсутствует в традиционном учебном плане	«общекультурные»	Восполнение «общекультурного вакуума»
Углубление, расширение знания учебного предмета	«углубляющий»	Прохождение дополнительных разделов учебного предмета

При разработке элективных курсов необходимо выполнять основные требования, предъявляемые к данному виду деятельности, обозначенные руководителями федерального эксперимента по введению профильного обучения [19].

Основные требования, предъявляемые к программам элективных курсов [19]:

1. *Соответствие концепции профильного и предпрофильного обучения.* Программа позволяет осуществлять пробы, оценить свои потребности и возможности, сделать обоснованный выбор профиля обучения в старшей школе.
2. *Степень новизны для учащихся.* Программа включает в себя новые знания, не содержащиеся в базовых программах.

3. *Мотивирующий потенциал программы.* Программа содержит знания, которые вызывают познавательный интерес учащихся и представляют ценность для определения ими профориентации в последующем.

4. *Полнота содержания.* Программа содержит все знания, необходимые для достижения запланированных в ней целей обучения.

5. *Прогрессивность содержания.* В программу включены прогрессивные научные знания и наиболее ценный опыт практической деятельности человека.

6. *Инвариативность содержания.* Включенный в программу материал может использоваться для различных категорий учащихся, что достигается обобщенностью включенных в него знаний; их отбором в соответствии с общими для всех учащихся задачами предпрофильного обучения; модульным принципом построения программы.

7. *Степень обобщенности содержания.* Степень обобщенности включенных в программу знаний соответствует поставленным в ней целям обучения и развития мышления школьников.

8. *Практическая направленность курса.* Программа позволяет осуществить эвристические пробы и сформировать практическую деятельность школьников в изучаемой области знаний.

9. *Связность и систематичность учебного материала.* Развертывание содержания знаний в программе структурировано таким образом, что изучение всех последующих тем обеспечивается предыдущими, а между частными и общими знаниями прослеживаются связи.

10. *Соответствие способа развертывания учебного материала стоящим в программе задачам.* Способ развертывания содержания учебного материала соответствует стоящим в программе целям обучения: формирование теоретического или эмпирического мышления учащихся и определяется объективным уровнем развития научных знаний.

11. *Выбор методов обучения.* Программа дает возможность проведения эвристических проб, что обеспечивается её содержанием и использованием в преподавании активных методов обучения.

12. *Степени контролируемости.* Программа обладает достаточной для проведения контроля:

- операциональностью и иерархичностью описания включенных в неё знаний,
- конкретностью определения результатов подготовки по каждой из ведущих тем или по программе в целом.

13. *Чувствительность к возможным сбоям.* Программа дает возможность установить степень достижения промежуточных и итоговых результатов и выявить сбой в прохождении программы в любой момент прохождения процесса обучения.

14. *Реалистичность с точки зрения ресурсов.* Материал программы распределен во времени с учетом его достаточности для качественного изучения материала и получения запланированных результатов; устранения возможных при прохождении программы сбоев; использования наиболее эффективных методов обучения.

15. *Эффективность затрат времени на реализацию учебного курса.* Программой определена такая последовательность изучения знаний, которая является наиболее "коротким путем" в достижении целей. Это та последовательность, при которой на восстановление забытых или утраченных знаний не придется тратить много времени; изучение новых знаний будет опираться на недавно пройденный или легко восстанавливающийся в памяти материал.

16. *Соответствие критериям оценки элективного курса.* Программа содержит знания, вызывающие познавательный интерес учащихся и

представляющие ценность для определения ими профиля обучения в старшей школе.

17. *Адекватные листы экспертной оценки курсов по выбору* (в каждой Международной организации стандартов может разрабатываться свой лист экспертной оценки, куда могут выделяться не все перечисленные критерии.

На основании этих требований следуют *методические рекомендации по разработке элективных курсов* для предпрофильной школы [4]:

1. *Продолжительность элективных курсов.* Необходимо, чтобы ученик в течение девятого класса успел пройти как можно больше элективных курсов или предметных проб. Это достигается за счет ограничения времени, которое отводится на элективы. Курсы предпрофильной школы должны быть краткосрочными от 8 до 34 часов. Примерное соотношение продолжительности курсов и количества курсов по выбору представлено в Таблице 3:

Таблица 3

Соотношение продолжительности курсов и количество курсов по выбору

<i>Продолжительность курсов</i>		
8 часов	16 часов	34 часа
<i>Максимально возможное количество курсов в год</i>		
8 курсов	4 курса	2 курса

Оптимальное время для предметных элективных курсов – от 8 до 16 часов, для ориентационных курсов по выбору – до 34 часов. При этом желательно, чтобы межпредметный (ориентационный) курс состоял из двух модулей:

- 1) направлен на подготовку учащихся к выбору профиля обучения;
- 2) на подготовку учащихся к профессиональному выбору и выбору образовательного маршрута в целом.

2. *Содержательность элективных курсов.* При сокращении времени, отведенного на курс, не должно страдать его содержание, поэтому необходимо сделать так, чтобы ученикам предлагались наиболее полные знания с точки зрения поставленных целей и задач, но в то же время их объем был бы не

слишком велик. Содержание курсов должно быть направлено не столько на получение каких-либо новых знаний, сколько на то, чтобы создать условия для самоопределения учащихся девятых классов при построении траектории своего дальнейшего обучения, то есть оно должно быть, с одной стороны, практикоориентированно, а в отдельных случаях иметь прикладной характер.

3. *Учет ресурсов для реализации элективных курсов.* Обязательно необходимо учитывать при разработке программ имеющиеся ресурсы: временные, финансовые, информационно-технические. Если образовательная организация не располагает каким-то ресурсом, то закладывать элективный курс в учебный план не стоит. Например, нет смысла планировать такую форму работы как подготовка презентации, если в школе нет видеопроектора.

Программы элективных курсов разрабатываются, принимаются и реализуются образовательными учреждениями самостоятельно.

Базовыми требованиями к содержанию программ элективных курсов являются следующие:

- ориентация на современные образовательные технологии;
- соответствие учебной нагрузки учащихся нормативам;
- соответствие принятым правилам оформления программ;
- наличие пособия, содержащего необходимую информацию;
- краткосрочность проведения курса (не более 72 часов).

Правила оформления программ

Программа элективного курса должна включать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- пояснительную записку;
- учебно-тематический план;
- содержание изучаемого курса;
- методические рекомендации;
- литературу.

Титульный лист включает в себя:

- наименование образовательного учреждения;
- сведения о том, где, когда и кем утверждена программа;
- название элективного курса;
- класс, на который рассчитана программа;
- ФИО, должность автора (авторов) программы;
- название населенного пункта;
- год разработки программы.

Пояснительная записка включает:

- аннотация, обоснование необходимости введения данного курса в школе;
- указание на место и роль курса в профильном обучении (важно показать, каково место курса в соотношении как с общеобразовательными, так и с базовыми профильными предметами: какие межпредметные связи реализуются при изучении элективных курсов, какие общеучебные и профильные умения и навыки при этом развиваются, каким образом создаются условия для активизации познавательного интереса учащихся, профессионального самоопределения);
- цель и задачи элективного курса (цель курса – для чего он изучается, какие потребности субъектов образовательного процесса удовлетворяет: учащихся, учителей, школьного сообщества, общества; задача курса – что необходимо для достижения целей);
- сроки реализации программы (продолжительность обучения, этапы);
- основные принципы отбора и структурирования материала;
- методы, формы обучения, режим занятий (результат изучения элективного курса – это ответ на вопрос: какие знания, умения, навыки, необходимые для построения индивидуальной образовательной программы в школе и успешной профессиональной карьеры по ее окончании, будут получены, какие виды деятельности будут освоены, какие ценности будут предложены для усвоения);
- предполагаемые результаты;

- инструментарий для оценивания результатов.

Учебно-тематический план включает:

- перечень разделов, тем;
- количество часов на изучение каждой темы;
- вид занятий.

Содержание изучаемого курса включает:

- перечень тем и их реферативное описание

Литература включает:

- список литературы, а также других видов учебно-методических материалов и пособий, необходимых для изучения курса как для учителя, так и для учащихся.

На основании перечисленных теоретических и практических требований к реализации элективных курсов сформулированы цель и задачи элективного курса **«Технология торговли»**.

Цель элективного курса «Технология торговли» - формирование у учащихся системы практико-ориентированных знаний и навыков в области осуществления торгово - предпринимательской деятельности.

Задачи элективного курса «Технология торговли»:

- создание условий для знакомства учащихся с методами научного познания и методами исследования исторических процессов формирования торговли, а также понимания учащимися ценности полученных знаний для выбора будущей профессии;
- формирование у учащихся систематизированного представления о таких понятиях, как: розничная торговля, оптовая торговля, маркетинговые решения в области торговой деятельности;
- воспитание навыков организации элементарной торгово - предпринимательской деятельности;

– создание в процессе изучения предмета условий для формирования у обучающихся опыта самостоятельной учебной деятельности; реализации учебных, прикладных и исследовательских проектов.

Реализация цели и задач будет способствовать формированию УУД учащихся.

Учащиеся, изучающие элективный курс «Технология торговли» **должны знать:** основные исторические процессы развития торговли, определение торговой деятельности, различие понятий розничная торговля и оптовая торговля, их особенности; функции и задачи розничной и оптовой торговли; маркетинговые решения розничного и оптового торговца.

Учащиеся, изучающие элективный курс «Технология торговли», **должны уметь:**

- совместно с другими учениками или при помощи учителя формулировать цели;
- самостоятельно контролировать свое время и управлять им;
- формулировать собственное мнение и позицию, аргументировать и координировать их с позициями партнеров в сотрудничестве при выработке общего решения в совместной деятельности;
- осуществлять взаимный контроль и оказывать в сотрудничестве необходимую взаимопомощь;
- адекватно использовать речевые средства для решения различных коммуникативных задач;
- работать в группе - устанавливать рабочие отношения, эффективно сотрудничать и способствовать продуктивной кооперации;
- интегрироваться в группу сверстников и строить плодотворное взаимодействие со сверстниками и взрослыми;

- осуществлять расширенный поиск информации с использованием ресурсов библиотек и Интернета;
- оперировать определениями понятий;
- обобщать понятия - осуществлять логическую операцию перехода от видовых признаков к родовому понятию, от понятия с меньшим объемом к понятию с большим объемом;
- осуществлять сравнение и классификацию при помощи учителя;
- объяснять явления, процессы, связи и отношения, выявляемые в ходе исследования.

Учащиеся, изучающие элективный курс «Технология торговли», **должны владеть:**

- ключевыми понятиями и терминами торгово – экономической деятельности, а также четким представлением об историческом этапе становления торговли в России;
- умениями, специфическими для данной предметной области:
- анализ ситуаций с экономическим содержанием;
- оценка экономических событий (аргументированное мнение);
- формирование модели поведения экономического субъекта в торговой деятельности;
- основами информационно-познавательной, коммуникативной, учебно-исследовательской и проектной деятельностью.

Таким образом, в профильном образовании элективный курс может выступать в роли «надстройки», расширять содержание базового предмета, а также удовлетворять познавательные интересы учащихся в областях деятельности, выходящих за рамки выбранного профиля. В настоящий момент в образовательной деятельности используются предметно – ориентированные и межпредметные элективные курсы. При разработке этих видов учитываются

следующие требования: соответствии концепции профильного и предпрофильного обучения, полнота, прогрессивность и инвариативность содержания, практическая направленность курса, связность и систематичность учебных материалов, чувствительность к возможным сбоям, реалистичность с точки зрения ресурсов, соответствие критериям оценки элективного курса.

Достижение цели, выполнение задач элективного курса «Технология торговли» и высокого уровня сформированных УУД возможно на основе тщательно отобранных методов обучения.

2.3. Методы обучения элективному курсу

Методы обучения элективному курсу «Технология торговли» определяются уровнем развития и саморазвития учащихся, уровнем их индивидуальных способностей и требованиями профилизации обучения.

Основные приоритеты методики изучения элективного курса:

- *междисциплинарная интеграция* - это объединение знания, убеждения и практического действия на всех этапах подготовки обучающихся, синтез всех форм занятий относительно каждой конкретной цели образования в школе;
- *обучение через опыт и сотрудничество* – это одна из технологий обучения, предусматривающая организацию групп учащихся, работающих совместно для решения какой-либо проблемы, темы, вопроса. В процессе совместной деятельности ученики обмениваются накопленными знаниями и опытом, полученным в повседневной жизни;
- *интерактивность* – это метод обучения, предусматривающий диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучающегося;

- *учет индивидуальных особенностей и потребностей учащихся* - это такой метод обучения, где во главу угла ставится личность ребенка, ее самобытность, самооценку, субъектный опыт каждого сначала раскрывается, а затем согласовывается с содержанием образования;
- *личностно-деятельностный подход* означает, что в центре обучения находится личность, ее мотивы, цели, потребности, а условием самореализации личности является деятельность, формирующая опыт и обеспечивающая личностный рост;
- *субъект-субъектный подход* предполагает, что основными структурными элементами учебного взаимодействия являются: потребностно-мотивационный, эмоциональный, коммуникативно-деятельностный и оценочно-рефлексивный.

На основе перечисленных приоритетов методик построен авторский элективный курс «Технология торговли», для реализации которого подобраны и апробированы методы, позволяющие формировать универсальные учебные действия учащихся.

Методы изучения элективного курса

I. Беседа Основным методом признана беседа, которая может быть различной по своему назначению. Рассмотрим основные виды бесед, используемые при изучении элективного курса «Технология торговли».

1. Побуждающая беседа – *это такая организация учебного процесса, при которой предполагается создание под руководством учителя проблемных ситуаций и активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение универсальными учебными действиями учащихся.* [Н.Е.Попова, О.А.Сычева].

Проблемные ситуации при изучении элективного курса возникают, если есть противоречия между:

- знанием и незнанием о истоках зарождения торговли;

- знанием и новыми требованиями к решению задач розничной торговли;
- использованием знаний в новых практических условиях, например, при формировании товарного ассортимента;
- теорией розничной и оптовой торговли и практикой применения знаний;
- положительным практическим опытом предоставления услуг торговлей и отсутствием опыта его теоретического осмысления.

Цели побуждающей беседы:

- приобщать учащихся к поиску нового научного знания об истории зарождения торговли в России, особенностях различных видах торговой деятельности, а также об эффективных решениях, способствующих успешной торговле;
- побуждать к самостоятельной творческой учебной деятельности и активному поиску ответов на поставленные вопросы таких, как выявление положительных и отрицательных сторон розничной или оптовой торговли;
- стимулировать проявление активности, инициативы, самостоятельности, творчества, например можно предложить работу по нахождению новых способов продвижения товара;
- развивать интуицию и критическое теоретическое мышление, используя примеры развития крупных торговых компаний.

Побуждающая беседа используется для:

- активизации деятельности учащихся;
- формулирования учащимися темы урока и гипотезы;
- выработки навыка подходов к работе и нахождения решения проблемы, обозначенной темой урока;
- мотивации для творческого решения учебных проблем,
- открытия знаний учащимися как бы самостоятельно.

Побуждающая беседа не исключает возникновение проб и ошибок в составлении плана работы, неправильной формулировки темы и гипотезы урока

и недостаточно верный ход решения проблемных вопросов, поэтому она считается самым сложным видом бесед.

Педагогические действия педагога при побуждающей беседе:

1. создание проблемных ситуаций (притча, басня, рассказ, сюжет и т.д.);
2. побуждение учащихся к осознанию противоречий в проблемной ситуации через вопросы учителя;
3. стимулирование учащихся к формулированию учебной проблемы и определению темы урока;
4. принятие учеником формулировок учебной проблемы.

2. Подводящая беседа - это система вопросов и заданий для активизации мыслительной деятельности учащихся, которая формирует логическую цепочку умозаключений учащихся и ведет к формированию предметных универсальных действий учащихся [Н.Е.Попова, О.А.Сычева].

Подводящая беседа представляет собой систему вопросов и заданий, заданных ученикам, которые, соответственно, развивают логическое мышление школьников. На этапе постановки проблемы учитель пошагово подводит детей к формулированию темы урока, а на этапе поиска решения выстраивает логическую цепочку к новому знанию, то есть обеспечивает открытие "царственной" дороги. На уроке изучения нового материала обязательно должны быть проработаны два звена беседы: "постановка проблемы" и "поиск решения". Постановка проблемы - это этап формулирования темы урока или вопросов для исследования. Поиск решения - это этап формулирования нового знания, но так как урок является диалогическим, то и постановку проблемы, и поиск решения должны выполнить ученики в специально организованном учителем диалоге.

3. Имитационная беседа — это беседа, используемая педагогами на этапе проверки домашнего задания или для подведения итогов урока,

позволяющая установить уровень сформированных предметных универсальных учебных действий учащихся [Н.Е.Попова, О.А.Сычева].

Имитационная беседа также может использоваться, когда обучающимся предлагается самим догадаться о теме, которую они будут изучать на уроке.

Основными признаками имитационной беседы являются:

- направленность тематическая, не допускающая отклонений от конкретной познавательной задачи;
- чёткость формулировок вопросов, ориентированных на выявление конкретных фактов, явлений;
- ясность и лаконичность изложения ответного тезиса;
- оптимальность детализации информации (недостаток деталей часто не даёт возможность представить описываемые явления, а переизбыток их может скрыть сущность обсуждаемого);
- ограниченность временных рамок урока, что обусловлено образовательной ситуацией.

Диалог-имитация играет важную роль в акцентировании, систематизации, обобщении и контроле знаний обучающихся.

4. Беседа-обсуждение реализуется чаще всего в инновационных формах обучения: дискуссиях, дебатах, ролевых играх, тренингах, групповой учебной деятельности и т.д. Применение инновационных форм обучения активизирует процесс познавательной деятельности. Для того чтобы учебная дискуссия состоялась, необходимо познакомить обучающихся с определёнными правилами проведения беседы–обсуждения.

Правила беседы-обсуждения:

- формулировка темы должна содержать проблему как основу для обсуждения (очевидные факты и явления);
- в совместной работе все ученики - «участники»;

- каждый член микрогруппы заслуживает того, чтобы его выслушали, не перебивая;

- следует говорить так, чтобы быть понятым, высказываться непосредственно по теме, избегать лишней информации;

- если прозвучавшая информация не вполне ясна, можно задавать вопросы на понимание, уточнение и только после этого делать выводы;

- критикуются идеи, а не личность.

В ходе беседы-обсуждения важно, чтобы изучаемые проблемы перешли в рассуждение для приобретения навыка познания или исследования истины, а не в рассуждение ради спора. При этом задача педагога – снять и перевести мысли обучающегося в «состояние равновесия».

5. Беседа-познание – это такая беседа, в ходе которой личность выступает как самостоятельный субъект познавательной деятельности, развивая, совершенствуя личностные универсальные учебные действия, которые становятся смыслом самообразовательной деятельности [Н.Е.Попова, О.А.Сычева].

Субъектом познавательной деятельности может стать ученик, учитель, студент, педагог, профессионал-практик, ученый и т.д.; каждый из них обладает своей системой мотивов, форм и методов, способствующих или препятствующих их активности в процессе познания.

Основными приемами в беседе-познании являются:

- рефлексия (способность анализировать свои поступки, свое развитие с позиций духовного «запроса к себе, в контексте движения к своей целостности»);

- самопознание;

- изучение диалога культур;

- диалог мнений.

Данный вид беседы является специфичным и индивидуальным. Личная активность индивида характеризуется, как способность осуществлять социально значимые преобразования действительности и духовно самоформироваться. Познавательная активность субъекта может быть направлена на изучение науки, мира, техники, искусства, природы вовне и внутри него; отсюда и возникает взаимодействие Я-познающий – Я-познаваемый.

Назначение беседы – познания:

1. позиционирование индивида, т.е. помощь в самоопределении индивида к миру, к самому себе в конкретной жизненной ситуации;
2. обращение не только во внешний, но и во внутренний мир человека;
3. формирование разнообразной рефлексии о происходившем, происходящем и о том, что, возможно, ещё будет происходить;
4. раскрытие эмоционально-экспрессивной сферы личности;
5. расширение кругозора, что более всего направлено на формирование метапредметных универсальных действий ученика.

6. Беседа в форме опроса – это социологический опрос, устный опрос, она дает возможность получить определенную информацию со слов опрашиваемых.

На уроке-беседе учитель помогает ученикам выявить проблему, задать вопрос или сформулировать тему, обеспечивая интерес к изучаемому материалу. Затем учитель организует поиск решения. Иногда беседой он обеспечивает "открытие" знаний учениками как бы самостоятельно, а это гарантирует подлинное, прочное понимание материала, так как нельзя не понимать смысл того, до чего ты додумался лично, самостоятельно познал, обоснованно сделал вывод.

II. Дебаты [26].

1. Проблемные дебаты. Проблемные дебаты проводятся на обобщительно-повторительных уроках (*оценочные регулятивные УУД о товарном ассортименте*), позволяют учащимся пользоваться разнообразной дополнительной литературой (*логические познавательные УУД о размещении магазинов розничной торговли*), поэтому время на их подготовку должно быть достаточным.

2. Экспресс-дебаты (или мини-дебаты). Данные дебаты проводятся при закреплении изученного материала (*общеучебные познавательные УУД о истории зарождения торговли*) и используются для активизации мыслительной деятельности учащихся (*регулятивные УУД о функциях и задачах розничной торговли*).

3. Мини-дебаты под рубрикой «Что было бы, если бы...». Для формирования навыков выбора вариантов ответов на поставленный вопрос (*прогностические регулятивные УУД о выгоде розничной и оптовой торговли*) учащимся предлагаются темы для коллективного обсуждения. Например, «Что было бы, если бы отсутствовала торговля», «Что было бы, если бы до сих пор существовал натуральный обмен» и др.

4. Обобщающие уроки-дебаты. На таких уроках выделяют наиболее общие и существенные понятия, законы и закономерности, основные теории и ведущие идеи, устанавливают причинно-следственные и другие связи и отношения между важнейшими явлениями, процессами, событиями, усваиваются широкие категории понятий, их системы и наиболее общие закономерности (*логические познавательные УУД о маркетинговых решениях торговли*).

5. Модифицированные дебаты. На уроках используются лишь некоторые элементы дебатов: увеличивается или уменьшается количество спикеров, меняется регламент игры, осуществляется ролевая игра и т.д. (*личностные,*

регулятивные и коммуникативные УУД о профессиональном выборе будущей профессии, связанной с торговлей).

III. Проект.

Проектная методика - это педагогическая технология, ориентированная на применение и приобретение новых знаний путем самоорганизации и самообразования учащихся.

По уровню творчества можно выделить следующие виды проектов:

Исполнительский. Проект выполняется под руководством учителя. Педагог направляет ученика с помощью рекомендаций, а также может помочь с выбором темы. Данный вид проекта в основном используется на начальных этапах освоения учащимися проектной деятельности.

Конструктивный. Выполнением такого рода проектов занимается сам ученик, предварительно согласовав тему, проблему и план проекта с руководителем.

Творческий. Учащийся сам выдвигает идею, разрабатывает план и реализует проект, создавая качественно новый продукт.

По количеству участников проекта выделяют:

Групповой проект. При групповой работе учащиеся усваивают материал в совместной форме его изучения, обсуждения и взаимообучения с выработкой обобщенного, коллективного решения. Ученики в группе осваивают навыки организационной деятельности лидера, сотрудника, исполнителя, получая социальный опыт практической деятельности.

Индивидуальный проект. Учащийся сам выполняет поиск идей и решений для своего проекта. Ученик самостоятельно подбирает и изучает литературу, проводит исследование.

По количеству охватываемых предметных областей:

Монопроект. Такой проект создается в рамках одного предмета. Для такого проекта выбираются сложные разделы и темы. Подобный проект требует

тщательной структуризации с четким обозначением не только целей и задач проекта, но и тех знаний, умений, которые ученики предположительно должны приобрести в результате.

Межпредметный проект. Выполняется, как правило, во внеурочное время. Охватывает обычно 2 – 3 предмета. Требует скоординированной работы нескольких специалистов. Такого рода проекты требуют строгого наличия межпредметных связей.

Надпредметный проект. Выходит за рамки содержания школьных предметов, используется в качестве дополнения к учебной деятельности и носит исследовательский характер.

В целом, применение перечисленных методов развивает у учащихся следующие УУД [1]:

1) общекультурный кругозор:

- обогащение знаний, относящихся к торговле;
- совершенствование мотивации обучения для получения основ профессиональной деятельности;
- формирование интереса к регулярному чтению экономической литературы;

2) интеллектуальные способности:

- формирование критического мышления, умение устанавливать логические связи между розничной и оптовой торговлей;
- навык анализа различных идей торговли, обоснование выводов, выстраивание цепочки доказательств для принятия предпринимательского действия;
- различие фактов и точек зрения по отношению розничной и оптовой торговли;

3) исследовательские навыки:

- сбор и анализ материалов из различных источников для определения товарного ассортимента, видов услуг;
- оценка различных версий и мнений о месте размещения магазинов розничной торговли;
- сбор доказательной базы по проблеме торговли и грамотное ее применение;

4) творческие качества:

- умение по-новому взглянуть на проблему торговли и качества предоставляемых услуг;
- использование нетрадиционных способов для решения вопросов оптовой и розничной торговли;
- видение нового, необычного в уже известном о вопросах торговли;

5) коммуникативные умения [8]:

- слушание и понимание собеседника о значении маркетинговых решений вопросов торговли;
- толерантное отношение к иным взглядам и точкам зрения по вопросам торговли;
- навык коллективной работы;

6) ораторские способности:

- навык публичного выступления о функциях и задачах розничной торговли;
- уверенность в себе при обдумывании и открытии магазина;
- грамотное высказывание мыслей.

7) знание уровня политического развития общества:

- знание особенностей действующего политического режима в стране;
- понимание уровня взаимоотношений России с другими странами;
- умение своевременно реагировать на любые изменения политического климата в стране.

Таким образом, применение метода бесед (побуждающих, подводящих, имитационных, бесед – обсуждений, бесед – познаний, бесед в форме опроса), дебатов (проблемных, экспресс-, мини-, обобщающих, модификационных), проектов (исполнительских, конструктивных, творческих, групповых, индивидуальных, монопроектов, межпредметных, непредметных) достаточно эффективно формирует универсальные учебные действия ученика. Ведущими методами становятся проблемно-поисковые и исследовательские, стимулирующие познавательную активность учащихся и развивающие мотивацию учебной деятельности.

2.4. Методические рекомендации подколлективу по реализации элективного курса

Методы, стимулирующие познавательную активность учащихся и развивающие мотивацию учебной деятельности, были апробированы в ходе педагогической практики на базе МБОУ СОШ № 10 г. Екатеринбурга в 2016-2017 учебном году, что позволило определить сформированность универсальных учебных действий учащихся при изучении элективного курса «Технология торговли».

В первую очередь были **определены личностные универсальные действия** и их сформированность на основе содержания элективного курса «Технология торговли».

Проведен опрос учащихся в виде заполнения анкеты. Обобщенные данные опроса представлены в Таблице 4

Таблица 4

Сформированность личностных УУД учащихся 10 А класса

№ п/п	УУД учащихся (самооценка)	Уровень (в %)		
		Ярко выражен	Выражен	Не выражен
1.	Кругозор	32%	58%	20%
2.	Интеллектуальные способности	25%	60%	15%
3.	Исследовательские навыки	10%	25%	65%
4.	Творческие способности	30%	50%	20%
5.	Коммуникативные навыки	50%	35%	15%
6.	Ораторские способности	10%	25%	65%
7.	Знание уровня политического развития общества	15%	45%	40%
Итого по массиву:		24%	42%	34%

Проанализировав данные таблицы №4, можно сделать вывод, что высокий уровень сформированных личностных УУД у 24% учащихся, средний — у 42% учащихся, низкий — у 34% учащихся. Низкими показателями УУД являются исследовательский навык, ораторские способности, гражданская позиция. Для развития этих навыков у учащихся педколлективу предлагаются следующие рекомендации.

Для развития исследовательского навыка необходимо:

- организовывать экскурсии на предприятия родного города;
- использовать проектную деятельность в учебном процессе;
- создать школьное печатное издание, в котором ученики смогли бы опубликовывать свои статьи;
- решение проблемных задач на уроках.

Для развития ораторских способностей у учащихся необходимо:

- использовать такой педагогической технологии, как дебаты;

- включать в учебный процесс проектную деятельность;
- вводить в учебный процесс групповые виды работ;
- использовать деловые игры на занятиях;
- мотивировать учащихся к участию в научно-практических конференциях, экономических форумах.

Для того чтобы сформировать знание уровня политического развития общества у учащихся, необходимо:

- расширить теоретическую базу у учеников о нынешнем политическом режиме, форме правления, государственно-территориальном устройстве, избирательном праве и процессе;
- проводить классные часы на тему «Современная политическая картина мира»;
- проводить обзор текущих мировых и отечественных новостей с учащимися.

Затем был проведен эксперимент по определению сформированных предметных универсальных учебных действий учащихся.

Был проведен тест по курсу «Технология торговли» (Приложение 1). Итоги теста представлены на Диаграмме 1.

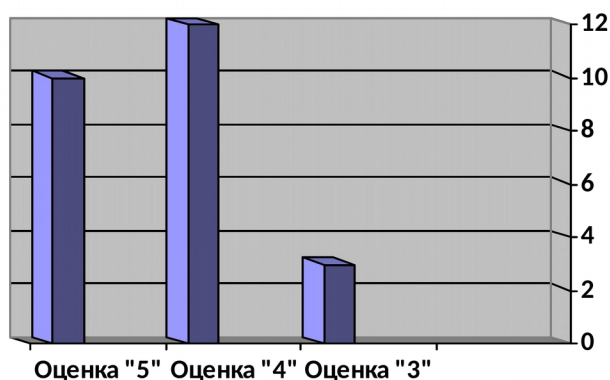


Диаграмма 1. Итоги теста по курсу «Технология торговли»

Из 25 учеников 10А класса с тестом справились: 10 человек - на «5», 12 - на «4», 3 — на «3», двоек не было.

Для получения информации об эффективности методов обучения для учащихся при изучении элективного курса «Технология торговли» использовалось наблюдение за учениками, и проводились следующие виды бесед: побуждающая, подводящая, имитационная, беседа – обсуждение, беседа – познание, беседа в форме опроса. Чтобы узнать, какая из бесед наиболее приемлема для учащихся для усвоения содержания дисциплины, был проведен опрос (Приложение 2). Мнение респондентов оказалось разноплановым. Обобщенные результаты представлены на Диаграмме 2.

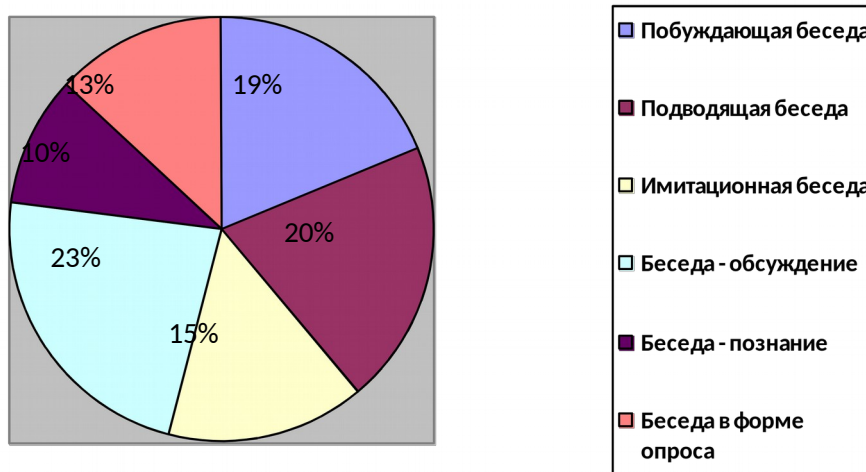


Диаграмма 2. Приоритетные виды бесед при изучении
«Технологии торговли»

Опрос показал, что наименее привлекательной беседой в рамках изучения элективного курса «Технология торговли», по мнению учеников, является беседа – познание. Однако именно этот вид беседы способствует самоопределению учащегося, раскрытию эмоциональной сферы личности, расширению кругозора, что в свою очередь в большей степени формирует метапредметные УУД.

С целью выявления эффективности в процессе обучения такой педагогической технологии как дебаты между учащимися был проведен опрос

(Приложение 3). Для выбора ученикам были предложены следующие виды дебатов: проблемные, экспресс – дебаты, мини – дебаты, обобщающие и модификационные. Обобщенные результаты представлены на Диаграмме 3.

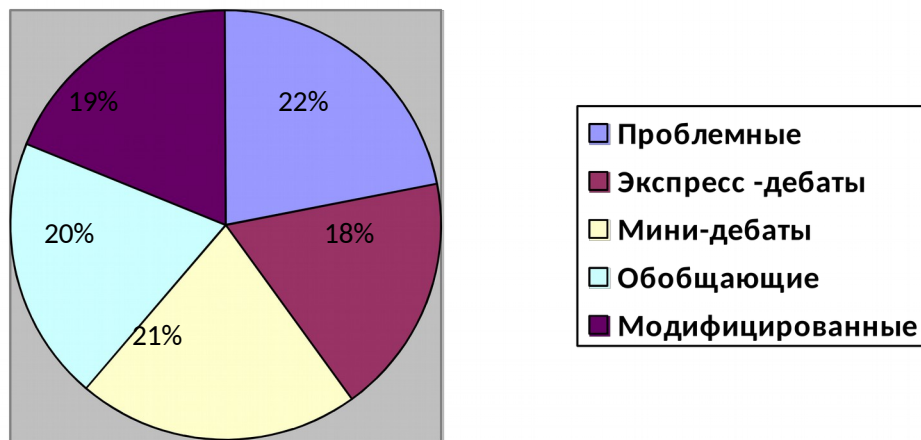


Диаграмма 3. Приоритетные виды дебатов при изучении
«Технологии торговли»

По результатам опроса сделан вывод: ученики считают достаточно эффективными все виды дебатов, так как с их помощью легче усвоить теоретический материал, возможно выражение собственного мнения, возможно применение теоретических знаний на практике, возможно рассмотрение проблемы со всех сторон.

Для выявления полезности проектной деятельности в процессе школьного обучения ученика также был предложен опрос (Приложение 4), в который вошли следующие виды проектов: исполнительский, конструктивный, творческий, групповой, индивидуальный, монопроект, межпредметный, надпредметный. Обобщенные результаты опроса представлены на Диаграмме 4.

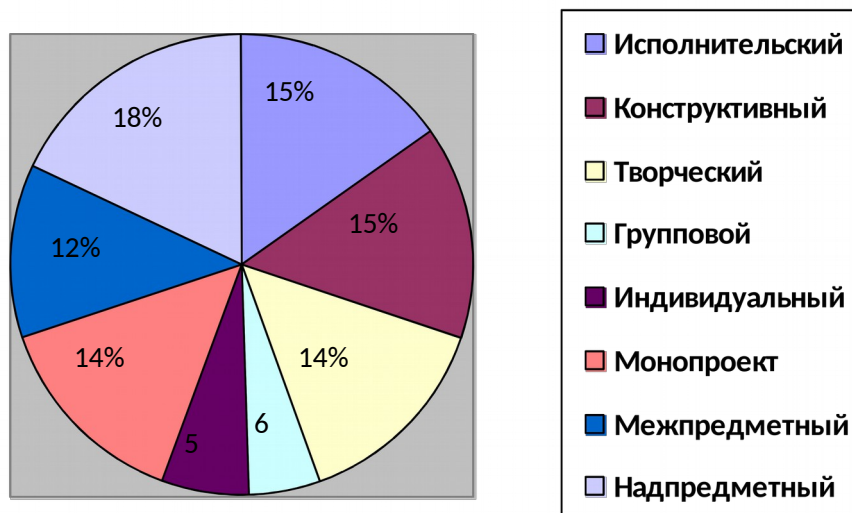


Диаграмма 4. Приоритетные виды проектов при изучении
«Технологии торговли»

По результатам опроса наименьшую популярность среди всех видов проектов, как формой исследовательской деятельности в ходе изучения элективного курса «Технология торговли», имеют групповой и индивидуальный проекты. Возможно, это объясняется тем, что в первом случае ученики в старших классах хотят проявить себя, показать свою индивидуальность, вложить собственную задумку в проект, а во втором случае ученики все-таки нуждаются в советах и поддержке учителя при выполнении исследовательских проектов.

Для того чтобы групповые и индивидуальные проекты не составляли трудностей для учащихся, педколлективу предлагаются следующие рекомендации:

- использование на уроках групповых видов деятельности, например совместный поиск решения по проблемной задаче, совместная работа по созданию бизнес-модели (решение о продукции, сбыте, продвижении, взаимодействии с потребителями.);
- проведение классных часов в форме тренингов по организации работы в команде;

- предоставление ученикам возможности самостоятельно разработать критерии для оценивания проектов;
- самостоятельная работа учащихся на уроке с учебником, печатными изданиями, дополнительной литературой.

Таким образом, такие проанализированные учениками методы обучения, как беседа, дебаты и проект помогли выявить несформированность некоторых предметных УУД учащихся. К ним относятся исследовательские навыки, ораторские способности, гражданская позиция, работа в группах, самостоятельное принятие решений. Предложенные в работе рекомендации педколлективу помогут развить эти навыки у учащихся, а также элективный курс «Технология торговли» направлен на развитие выявленных несформированных УУД.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие торговли в России уходит в далекие времена, когда одной из первых форм торговли являлась немая торговля, затем торговая деятельность приняла ярмарочный характер, а с того момента, как Москва стала центром торговых отношений, на Руси начали появляться гостиничные дворы и торговые ряды, с помощью которых осуществлялась оптовая и розничная торговля. Появление в XVIII веке сети магазинов и лавок с витринами постепенно вытесняет ярмарки и становится ведущей формой торговли.

Период 1925 – 1926 гг. характеризуется созданием системы оптовых баз и развитием колхозной торговли. С переходом на рыночные отношения в России получает развитие малый и средний бизнес, что способствует расширению сферы торговли и услуг.

Современная торговля имеет принципиально иное значение, поэтому каждому человеку, являющемуся активным и постоянным участником процесса торговли, необходимо знать ее особенности.

Особенности розничной торговли заключаются в многообразии ее проявлений в таких форматах как: супермаркет, гипермаркет, универсам, универмаг, интернет – магазин, cash&carry, дискаунтер, магазин у дома. Благодаря им выполняются функции формирования торгового ассортимента, изучения спроса и предложения, оказания покупателям комплекса услуг. Также представленные форматы розничной торговли выполняют ряд задач: обеспечение потребителя нужными товарами, демонстрация образцов товаров на стендах, осуществление рассылки товаров.

К основным задачам оптовой торговли следует отнести: поиск поставщиков товаров для розничных предприятий, закупка крупных партий товаров, обеспечение сбыта товаров, проведение маркетинговых исследований

для производителей товаров и розничных предприятий, информационное обслуживание.

Для того чтобы успешно реализовать перечисленные задачи, оптовику необходимо принять целый комплекс маркетинговых решений, который поможет ему определить целевой рынок, сформировать ассортимент товаров и услуг, установить оптимальную цену на продукцию, а также решить вопрос о выгодном размещении предприятия.

Детальное изучение вопроса история развития торговли в России и основных её видов представляется весьма актуальным, так как каждый человек самым активным образом связан с куплей и продажей товаров, что требует формировать грамотных потребителей уже в школьном возрасте.

Процесс обучения задает содержание и характеристики учебной деятельности обучающего и тем самым определяет зону ближайшего развития и намечает пути формирования универсальных учебных действий, переводя обучающихся, по идее Л.С.Выготского, в зону его актуального развития.

Развитию УУД способствуют все предметы учебного плана образовательных учреждений, в том числе и элективный курс «Технология торговли».

В профильном образовании элективный курс может выступать в роли «надстройки», расширять содержание базового предмета, а также удовлетворять познавательные интересы учащихся в областях деятельности, выходящих за рамки выбранного профиля. В настоящий момент в образовательной деятельности используются предметно – ориентированные и межпредметные элективные курсы. При разработке этих курсов учитываются следующие требования: соответствии концепции профильного и предпрофильного обучения, полнота, прогрессивность и инвариативность содержания, практическая направленность курса, связность и систематичность учебных

материалов, чувствительность к возможным сбоем, реалистичность с точки зрения ресурсов, соответствие критериям оценки элективного курса.

Достижение цели, выполнение задач элективного курса «Технология торговли» и сформированности УУД возможно на основе тщательно отобранных методов обучения.

Применение метода бесед (побуждающих, подводящих, имитационных, бесед – обсуждений, бесед – познаний, бесед в форме опроса), дебатов (проблемных, экспресс-, мини-, обобщающих. модификационных), проектов (исполнительских, конструктивных, творческих, групповых, индивидуальных, монопроектов, межпредметных, непредметных) достаточно эффективно формирует универсальные учебные действия ученика. Ведущими методами становятся проблемно-поисковые и исследовательские, стимулирующие познавательную активность учащихся и развивающие их мотивацию учебной деятельности.

Проанализированные учениками в ходе опросов методы обучения, как беседа, дебаты и проект помогли выявить несформированность некоторых предметных УУД учащихся. К ним относятся исследовательские навыки, ораторские способности, гражданская позиция, работа в группах, самостоятельное принятие решений. Предложенные в работе рекомендации педколлективу помогут развить эти навыки у учащихся, а также элективный курс «Технология торговли» направлен на развитие выявленных несформированных УУД.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Автономов В.С. Введение в экономику [Текст]: / В.С. Автономов. М.: Вита – Пресс. – 2010. – 240 с.
2. Архипов, И.А., Клишин, В.Ф. Торговое оборудование [Текст]: / И.А.Архипов, В.Ф.Клишин. М.: Экономика. – 1990. – 458 с.
3. Боголюбов Л.Н. Обществознание [Текст]: учебник для 10 классов/ Л.Н. Боголюбов. М.: Дрофа. – 2014. – 351 с.
4. Болтянская Т.О. Элективные курсы как основа профильного обучения [Текст]: / Т.О. Болтянская, О.А. Сычева // Новшества в области педагогики и психологии. 2016. - №1. – С. 39 – 41.
5. Варли Р. Основы управления розничной торговлей [Текст]: / Р. Варли. М.: Гребенников. – 2005. – 456 с.
6. Вопросы выбора ассортимента товара для универмагов и торговых центров [Электронный ресурс]: <http://xreferat.com/113/13850-1-voprosy-vybora-ascortimenta-tovara-dlya-univermagov-i-torgovyh-centrov.html> (дата обращения: 26.03.2017).
7. Голиков Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы [Текст]: / Е.А. Голиков. М.: Экзамен. – 2001. – 748 с.
8. Голованов В.П. Методика и технология работы педагога дополнительного образования [Текст]: / В.П. Голованов. М.: Арт-пресс. – 2001. – 155 с.
9. Гужавина Н.А. Положение о программе элективных курсов [Текст]: / Н.А. Гужавина. М.: Завуч. – 2008. – 89 с.
10. Гуляева Л.И. Разработка и проведение элективных курсов для предпрофильного и профильного обучения [Текст]: / Л.И. Гуляева. М.: Информатика. – 2007. – 264 с.
11. Гусейнов Р.Г. История экономики России [Текст]: / Р.Г. Гусейнов. М.: ЮКЭА. - 1999. – 962 с.

12. Даненбург В. Основы оптовой торговли [Текст]: / В. Даненбург. М.: Восхождение. – 1993. – 389 с.
13. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли [Текст]: / Л.П. Дашков. М.: ИВЦ Маркетинг. – 1999. – 358 с.
14. Девлетов О.У. История отечественного предпринимательства [Текст]: / О.У. Давлетов. М.: Арт. – 2011. – 217 с.
15. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Текст]: / А.П. Дурович. М.: Финансы, учет, аудит. - 1997. – 125 с.
16. Егорова А.М. Профильное обучение и элективные курсы в средней школе [Текст]: / А.М. Егорова. СПб.: Реноме. – 2012. – 209 с.
17. Ермаков Д.С. Профильное обучение: проблемы и перспективы [Текст]: / Д.С. Ермаков. М.: Народное образование. – 2004. – 107 с.
18. Ершов Д.А. Элективные курсы профориентационной направленности для учащихся 10-11-х классов гуманитарного профиля обучения [Текст]: / Д.А. Ершов. М.: Глобус. – 2007. – 153 с.
19. Журавлева О.Н. Методические рекомендации по разработке элективных курсов [Текст] / О.Н. Журавлева // Журнал Непрерывное образование. – 2016.- №4 – С. 87 – 104.
20. Иванов С.И. Основы экономической теории [Текст]: / С.И. Иванов. М.: Эксмо. - 2004. – 376 с.
21. Каспаржак А.Г. Проблема выбора: элективные курсы в школе [Текст]: / А.Г. Каспаржак. М.: Новая школа. – 2004. – 178 с.
22. Королева Г.Э. Экономика [Текст]: учебник для 10 – 11 классов / Г.Э. Королева, Т.В. Бурмистрова. М.: Вентана - Граф. – 2015. – 208 с.
23. Кулишер И.М. История русской торговли [Текст]: / И.М. Кулишер. СПб.: Тип. Коминтерна. – 1923. – 328 с.
24. Леонтьев А.В. Технология предпринимательства [Текст]: / А.В. Леонтьев. М.: Дрофа. – 2007. – 234 с.
25. Липсиц И.В. Экономика. Базовый курс [Текст]: учебник для 10 – 11 классов / И.В. Липсиц. М.: Арт. – 2012. – 272 с.

26. Литовченко, О.А. Технология «Дебаты» как основа формирования универсальных учебных действий учащихся [Текст]: / О.А.Литовченко, Н.Е. Попова // Педагогическое образование в России. 2016. - № 8. - С.118 — 122.
27. Мамаева Л. Удержание потребителя в условиях экономического кризиса [Текст]: практическое пособие /Л. Мамаева, С. Чувакова. М.: Дашков и Ко.- 2010. – 176 с
28. Монин А.А. История развития фондового рынка России в 1991-2008 [Текст]: / А.А. Монин. СПб.: ООО Алтэк. - 1997-1999. – 341 с.
29. Новаков А.А. Секреты розничной торговли [Текст]: / А.А. Новаков. М.: Инфра-Инженерия. – 2013. – 328 с.
30. Программа формирования УУД [Электронный ресурс] // pedagogie.ru. URL: <http://pedagogie.ru/stati/proektirovanie/programa-formirovaniija-ud.html>9 (дата обращения: 05.10.2015).
31. Самые популярные виды бизнеса у начинающих предпринимателей [Электронный ресурс]: <http://www.fabrikabiz.ru/1/> (дата обращения 31.05.2016).
32. Светенко Т.В. Путеводитель по дебатам [Электронный ресурс]: <http://www.auditorium.ru/books/1616/> (дата обращения: 24.04.2016).
33. Сергеев И.С. Как организовать проектную деятельность учащихся [Текст]: / И.С. Сергеев. М.: АРКТИ. - 2004. - 280 с.
34. Сериков В.В. Личностно ориентированное образование: феномен, концепция, технологии [Текст]: / В.В. Сериков. Волгоград: Астрель. – 2000. – 162 с.
35. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования второго поколения [Электронный ресурс]: утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 декабря 2010 года. Доступ из справочной системы «Консультант Плюс»
36. Федько В.П. Основы маркетинга [Текст]: / В.П. Федько. Ростов-на-Дону.: МарТ. – 2000. – 340 с.

37. Хангельдиева И. Культура и рынок. Современные тенденции [Текст]: / И. Хангельдиева. М.: Классика – XXI. – 2009. – 224 с.
38. Хуторской А. В. Методика личносно ориентированного обучения [Текст]: / В.В. Хуторской. М.: Арт. – 2005. – 247 с.
39. Щур Д.Л. Справочник руководителя, главного бухгалтера и юриста [Текст]: / Д.Л. Щур. М.: Дело и Сервис. – 2005. – 656 с.
40. Якиманская И. С. Технология личносно ориентированного образования[Текст]: / И.С. Якиманская. М.: Глобус. – 2000. – 89 с.

Тест по курсу «Технология торговли»

1. Назовите наиболее раннюю форму торговли, встречавшуюся у всех народов, населявших Россию.

- А) Ранняя торговля
- Б) Народная торговля
- В) Немая торговля

2. Какой город становится центром всей экономической жизни в VIII веке?

- А) Москва
- Б) Новгород
- В) Киев

3. При каком правителе торговля начала впервые делиться на опт и розницу?

- А) Петр I
- Б) Ярослав Мудрый
- В) Алексей Михайлович Романов

4. Что является экономической составляющей розничной торговли?

- А) Себестоимость
- Б) Торговая наценка
- В) Интересы потребителя

5. Какие задачи не решает розничная торговля?

- А) Закупка крупных партий товаров у предприятий-изготовителей
- Б) Демонстрация образцов на стендах для получения заказов на товары
- В) Обеспечение потребителя нужными ему товарами

6. Напишите методы стимулирования, которые могут использоваться для охвата потребителей.

7. Каким признаком не руководствуется оптовик, при выборе целевого рынка?

- А) Географическое расположение клиента
- Б) Размер компании
- В) Вид торговой организации

8. Сколько примерно составляет торговая наценка на товар, которую устанавливают оптовики для покрытия своих издержек?

- А) 50%
- Б) 30%
- В) 20%

9. Перечислите перечень дополнительных услуг, которые может оказывать розничный торговец для удобства покупателей.

10. «*Cash & Carry*» — это магазин

А) Крупный универсам по продаже полного ассортимента продуктов питания и напитков

Б) Магазин самообслуживания

В) Магазин с широким ассортиментом товаров по оптовым ценам

Ответы:

1. В

2. В

3. А

4. Б

5. А

6. Акции, распродажи, конкурсы, розыгрыши призов, реклама

7. А

8. В

9. Справочная служба, бесплатная доставка, бесплатная парковка, кафе,
услуги по ремонту, кредит, игровая комната

10. Б

Опрос мнения учащихся о наиболее эффективных видах беседы при изучении элективного курса «Технология торговли»

Какие из видов беседы вы считаете наиболее эффективными при изучении элективного курса «Технология торговли»?

Расставьте цифры напротив каждой беседы от 1 до 6. Где 6, по вашему мнению, это наиболее эффективный вид беседы, а 1 – самый неэффективный.

<i>Виды беседы</i>	<i>Оценка</i>
1. Побуждающая беседа – это такая организация учебного процесса, при которой предполагается создание под руководством учителя проблемных ситуаций и активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению.	
2. Подводящая беседа - это система вопросов и заданий для активизации мыслительной деятельности учащихся, которая формирует логическую цепочку умозаключений учащихся.	
3. Имитационная беседа – это беседа, используемая педагогами на этапе проверки домашнего задания или для подведения итогов урока.	
4. Беседа-обсуждение реализуется чаще всего в инновационных формах обучения: дискуссиях, дебатах, ролевых играх, тренингах, групповой учебной деятельности и т.д.	
5. Беседа-познание – это такая беседа, в ходе которой личность выступает как самостоятельный субъект познавательной деятельности.	
6. Беседа в форме опроса – это социологический опрос, устный опрос, она дает возможность получить определенную информацию со слов опрашиваемых.	

Опрос мнения учащихся о наиболее эффективных видах дебатов при изучении элективного курса «Технология торговли»

Какие из видов дебатов вы считаете наиболее эффективными при изучении элективного курса «Технология торговли»?

Расставьте цифры напротив каждого вида от 1 до 5. Где 5, по вашему мнению, это наиболее эффективный вид дебатов, а 1 – самый неэффективный.

<i>Виды дебатов</i>	<i>Оценка</i>
1. Проблемные дебаты. Проблемные дебаты проводятся на обобщительно-повторительных уроках, позволяют учащимся пользоваться разнообразной дополнительной литературой, поэтому время на их подготовку должно быть достаточным.	
2. Экспресс-дебаты (или мини-дебаты). Данные дебаты проводятся при закреплении изученного материала и используются для активизации мыслительной деятельности учащихся.	
3. Мини-дебаты под рубрикой «Что было бы, если бы...». Для формирования навыков выбора вариантов ответов на поставленный вопрос учащимся предлагаются темы для коллективного обсуждения. Например, «Что было бы, если бы отсутствовала торговля», «Что было бы, если бы до сих пор существовал натуральный обмен» и др.	
4. Обобщающие уроки-дебаты. На таких уроках выделяют наиболее общие и существенные понятия, законы и закономерности, основные теории и ведущие идеи, устанавливают причинно-следственные и другие связи и отношения между важнейшими явлениями, процессами, событиями, усваиваются широкие категории понятий, их системы и наиболее общие закономерности.	
5. Модифицированные дебаты. На уроках используются лишь	

некоторые элементы дебатов: увеличивается или уменьшается количество спикеров, меняется регламент игры, осуществляется ролевая игра и т.д.	
---	--

Опрос мнения учащихся о наиболее эффективных видах проектов при изучении элективного курса «Технология торговли»

Какие из видов проектов вы считаете наиболее эффективными при изучении элективного курса «Технология торговли»?

Расставьте цифры напротив каждого вида от 1 до 8. Где 8, по вашему мнению, это наиболее эффективный вид проекта, а 1 – самый неэффективный.

<i>Вид проекта</i>	<i>Оценка</i>
1. Исполнительский. Проект выполняется под руководством учителя. Педагог направляет ученика с помощью рекомендаций, а также может помочь с выбором темы. Данный вид проекта в основном используется на начальных этапах освоения учащимися проектной деятельности.	
2. Конструктивный. Выполнением такого рода проектов занимается сам ученик, предварительно согласовав тему, проблему и план проекта с руководителем.	
3. Творческий. Учащийся сам выдвигает идею, разрабатывает план и реализует проект, создавая качественно новый продукт.	
4. Групповой проект. При групповой работе учащиеся усваивают материал в совместной форме его изучения, обсуждения и взаимообучения с выработкой обобщенного, коллективного решения.	
5. Индивидуальный проект. Учащийся сам выполняет поиск идей и решений для своего проекта. Ученик самостоятельно подбирает и изучает литературу, проводит исследование.	
6. Монопроект. Такой проект создается в рамках одного предмета. Для такого проекта выбираются сложные разделы и темы. Подобный проект требует тщательной структуризации с четким обозначением не только целей и задач проекта, но и тех знаний,	

умений, которые ученики предположительно должны приобрести в результате.	
7. Межпредметный проект. Выполняется, как правило, во внеурочное время. Охватывает обычно 2 – 3 предмета. Требует скоординированной работы нескольких специалистов. Такого рода проекты требуют строгого наличия межпредметных связей.	
8. Надпредметный проект. Выходит за рамки содержания школьных предметов, используется в качестве дополнения к учебной деятельности и носит исследовательский характер.	

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский Государственный педагогический университет»
Институт физики, технологии и экономики
Кафедра технологии и экономики

«Рассмотрено»

«Согласовано»

«Утверждаю»
Директор ГБОУ СОШ №

**Рабочая программа элективного курса
«Технология торговли»
для 10 и 11 классов**

студентка 4 курса, Б 41 группы
очного отделения
Сычева Олеся Александровна
Учебный год 2017/2018

Екатеринбург – 2017

Учебная программа элективного курса «Технология торговли»

Пояснительная записка

Для того чтобы деятельность торгового предпринимательства была успешной, необходимо постоянно изучать неудовлетворенный спрос потребителя, уметь быстро реагировать, предоставляя необходимые товары и услуги. Торговое предпринимательство обладает мобильностью, постоянно изменяется, подстраиваясь под интересы конкретного потребителя. Чтобы успешно развиваться в сфере торговли, необходимы такие умения и навыки, как:

- быстрое реагирование на спрос;
- решительность;
- умение предугадать;
- знание законов в торговой сфере;
- умение вести контроль за выполнением задач торговой организации;
- коммуникативные навыки.

В элективном курсе «Технология торговли» учащиеся познакомятся с историческими процессами развития торговли в России, видами торговли, изучат маркетинговые решения, способствующие развитию торговой деятельности, получат навыки общения и работы в команде.

Цель преподавания курса «Технология торговли»: сформировать у учащихся систему практически ориентированных знаний и навыков в области осуществления торгово - предпринимательской деятельности, что должно подготовить их к самостоятельной торгово - предпринимательской деятельности и помочь избежать при этом наиболее типичных ошибок.

Задачи преподавания курса «Технология торговли»:

- формирование у учащихся систематизированного представления об основах рациональной организации деятельности в области торговли;
- знакомство учащихся с наиболее рациональными маркетинговыми решениями, способствующими успешной торговой деятельности;
- закрепление полученных знаний в проектной деятельности.

Преподавание курса наиболее рационально именно в старших классах (не ранее 9-го), поскольку желательно, чтобы учащиеся до начала занятий по данному курсу или параллельно с его изучением получали знания в области основ экономики и обществознания. В силу этих соображений наиболее предпочтительными следует считать 10-11 классы.

Общий объем аудиторных занятий по данному курсу составляет 14 часов. Преимущественно практическая направленность курса диктует необходимость использования различных методических приемов в деятельности учителя. Имеющийся отечественный и зарубежный опыт преподавания позволяет рекомендовать применение следующих способов преподнесения и активизации знаний учащихся с целью формирования у них **навыков коммерческого мышления:**

- проведение установочных занятий (лекций) по темам курса;
- решение задач - ситуаций на закрепление конкретных прикладных навыков, необходимых предпринимателю;
- проектная деятельность, направленная на моделирование собственной торгово-предпринимательской деятельности;
- деловые игры, направленные на создание реальных условий, в которых осуществляется предпринимательская деятельность;
- организация встреч с известными местными предпринимателями, сотрудниками экономических служб местной администрации, представителями налоговой службы;
- подготовка учащимися, докладов и исследований о самых востребованных товарах, об историях успеха российских предпринимателей в торговой сфере.

Формы контроля:

- по итогам изучения каждого раздела учащимся предлагается устно либо письменно в тестовой форме отчитаться по знаниям основных вопросов изученных тем;

- в ходе занятий производится оценка деятельности учащихся. Для оценивания используется балльно – рейтинговая система;
- по итогам курса осуществляется презентация, защита и оценка качества подготовленных учащимися проектов.

Предполагаемая результативность курса:

- учащиеся должны усвоить основные понятия, предложенные к изучению программой курса;
- учащиеся должны отработать навык анализа полученной информации;
- в рамках работы над проектом школьники должны получить теоретические знания и сформировать первичный навык перспективного участия в торгово-предпринимательской деятельности;
- в качестве практической иллюстрации результатов работы ребят должен выступить подготовленный ими проект.

Содержание учебной программы

Тема 1. Этапы развития торговли в России

Возникновение и развитие российской торговли. Выделение особенностей каждого исторического этапа развития торговли.

Тема 2. Особенности розничной торговли. Форматы розничных магазинов.

Понятие розничной торговли. Классификация основных форматов розничной торговли. Функции и задачи розничной торговли.

Тема 3. Маркетинговые решения розничного торговца.

Основные маркетинговые решения, касающиеся целевого рынка, товарного ассортимента, методов стимулирования, рекламных средств, места размещения магазина.

Тема 4. Особенности оптовой торговли.

Понятие оптовой торговли. Оптовая торговля в советское время. Функции и задачи оптовой торговли.

Тема 5. Маркетинговые решения оптового торговца.

Основные маркетинговые решения, касающиеся целевого рынка, товарного ассортимента, методов стимулирования, рекламных средств, места размещения магазина.

Учебно-тематический план

<i>№ n/n</i>	<i>Название тем</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы занятий</i>
1.	Этапы развития торговли в России	2	Лекция с элементами эвристической беседы
2.	Истории предпринимателей, добившихся успеха в торговой деятельности. Их необычные идеи, подходы к продвижению товара, отношение к конкурентам.	1	Работа учеников на уроке. Сообщения учащихся о современных предпринимателях с проанализированными и практически-применимыми методами ведения торговли(индивидуальные опережающие задания)
3.	Особенности розничной торговли. Форматы розничных магазинов.	2	Комбинированное занятие с элементами лекции и практической работы. Решение в группах проблемных экономических задач.
4.	Представление учениками выбранных моделей розничных магазинов.	1	Работа учеников на уроке. Презентации учеников розничных магазинов
5.	Маркетинговые решения розничного торговца	1	Лекция с элементами эвристической беседы
6.	Применение учениками маркетинговых решений для выбранных моделей розничных магазинов	1	Работа учеников на уроке Деловая игра «Моя бизнес-идея для розничной торговли»
7.	Особенности оптовой торговли	1	Лекция с элементами

			эвристической беседы
8.	Представление учениками выбранных моделей оптовых магазинов	1	Работа учеников на уроке. Презентации учеников оптовых магазинов
9.	Маркетинговые решения оптового торговца	1	Лекция с элементами эвристической беседы
10.	Применение учениками маркетинговых решений для выбранных моделей оптовых магазинов	1	Работа учеников на уроке. Деловая игра «Моя бизнес-идея для оптовой торговли»
11	Демонстрирование учениками проектной деятельности	2	Работа учеников на уроке. Защита учениками своих проектов по созданию собственной идеи в торговой области.

Литература для учащихся

Основная литература

1. Липсиц И.В. Экономика. Базовый курс [Текст]: учебник для 10 – 11 классов/ Липсиц И.В. М.: Арт. – 2012. – 272 с.
2. Боголюбов Л.Н. Обществознание [Текст]: учебник для 10 классов/ Боголюбов Л.Н. М.: Дрофа. – 2014. – 351 с.
3. Королева Г.Э. Экономика [Текст]: учебник для 10 – 11 классов/ Г.Э. Королева, Т.В. Бурмистрова. М.:Вентана - Граф. – 2015. – 208 с.

Дополнительная литература

1. Автономов В.С. Введение в экономику [Текст]: / Автономов В.С. М.: Вита – Пресс. – 2010. – 240 с.
2. Леонтьев А.В. Технология предпринимательства [Текст]: / Леонтьев А.В. М.: Дрофа. – 2007. – 234 с.

3. Иванов С.И. Основы экономической теории [Текст]: / Иванов С.И. М.: Эксмо. - 2004. – 376 с.

Интернет-источники

1. Светенко Т.В. Путеводитель по дебатам [Электронный ресурс]: <http://www.auditorium.ru/books/1616/> (дата обращения: 24.04.2016).
2. Самые популярные виды бизнеса у начинающих предпринимателей [Электронный ресурс]: <http://www.fabrikabiz.ru/1/> (дата обращения 31.05.2016).
3. Вопросы выбора ассортимента товара для универмагов и торговых центров [Электронный ресурс]: <http://xreferat.com/113/13850-1-voprosy-vybora-ascortimenta-tovara-dlya-univermagov-i-torgovyh-centrov.html> (дата обращения: 26.03.2017).

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Технические средства обучения

- Ноутбук IRU Intro 104.
- Мышь компьютерная Genius.
- Экран рулонный настенно-потолочный, 200 х 200 см.
- Проектор с экраном: Kinohouse Beng MS 527 + Lumien LEP – 100102.