**Планируемые результаты освоения курса внеурочной деятельности « Основы проектной деятельности»**

**Предметные результаты** характеризуют опыт учащихся в проектной деятельности,которыйприобретается и закрепляется в процессе освоения учебного предмета:

- сформированность умения к самостоятельному приобретению знаний и решению проблем, проявляющаяся в умении поставить проблему и выбрать адекватные способы её решения, включая поиск и обработку информации, формулировку выводов и/или обоснование и реализацию/апробацию принятого решения, обоснование и создание прогноза, модели, макета, объекта, творческого решения и т. п. Данный критерий в целом включает оценку сформированности познавательных учебных действий.

- сформированность предметных знаний и способов действий, проявляющаяся в умении раскрыть содержание работы, грамотно и обоснованно в соответствии с рассматриваемой проблемой/темой использовать имеющиеся знания и способы действий.

- сформированность регулятивных действий, проявляющаяся в умении самостоятельно планировать и управлять своей познавательной деятельностью во времени, использовать ресурсные возможности для достижения целей, осуществлять выбор конструктивных стратегий в трудных ситуациях.

 - сформированность коммуникативных действий, проявляющаяся в умении ясно изложить и оформить выполненную работу, представить её результаты, аргументировано ответить на вопросы.

**Личностными результатами** изучения курса являются следующие умения и качества: - развитие любви и уважения к Отечеству, его языку и культуре;

формирование осознанного, уважительного и доброжелательного отношения к другому человеку, его мнению, мировоззрению, культуре; готовности и способности вести диалог с другими людьми и достигать в нем взаимопонимания;

-развитие морального сознания и компетентности в решении моральных проблем на основе личностного выбора, формирование нравственных чувств и нравственного поведения, осознанного и ответственного отношения к собственным поступкам;

-формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками, взрослыми в процессе образовательной, творческой деятельности;

 **2.Содержание курса.**

**Курс 9 класса рассчитан на 34 часа год, из расчета 1 час в неделю.**

**Модуль «От проблемы к цели»** (**3 часа**)

1.*От проблемы к цели. (1 ч)*

Постановка проблемы. Способ достижения цели.

*2.Планирование деятельности. (1ч)*

Постановка задач. Составление графика деятельности.

*3.Ресурсы. (1ч)*

Виды ресурсов. Планирование ресурсов.

**Модуль «Работа с каталогами» (2 часа)**

*1.Организация информации в каталоге. Виды каталогов. Поиск информации в каталоге. (1ч)*

Библиографическое описание книги. Каталожная карточка. Виды каталогов. Поиск информации в каталоге.

*2.Поиск информации в карточном и электронном каталоге. (1ч)*

**Модуль «Работа со справочной литературой» (3 часа)**

*1.Знакомство с видами справочной литературы и способами размещения информации в справочной литературе (2 ч)*

Виды справочной литературы.

Размещение информации в справочной литературе.

*2.Поиск информационных лакун. Поиск и отбор информации, необходимой для заполнения информационных лакун. Оформление ссылок. (1 ч)*

**Модуль «Анализ и планирование ресурсов» (4 часа)**

*1Виды ресурсов. (1 ч)*

Ресурсы. Виды ресурсов.

*2.Создание ресурсов. Усовершенствование продукта (1ч)*

Создание ресурсов. Усовершенствование продукта с помощью метода идеального конструкторского решения.

*3Создание ресурсов. Разработка нового продукта (2ч)*

Методы генерирования идей. Генерация идей новых продуктов.

**Модуль «Сам себе эксперт» (2 часа)**

*1.Критерии оценки (1ч)*

Субъективная оценка. Критерии оценки. Характеристики продукта.

*2.Оценка продукта проектной деятельности (1ч)*

Критерии оценки продукта проектной деятельности. Способ оценки.

**Модуль «Основы риторики и публичное выступление» (7часов)**

*1.Как сделать публичное выступление успешным (подготовительный этап)(1ч)*

Критерии эффективного публичного выступления

 *2. Планирование публичного выступления (6ч)*

Разработка плана выступления. Примеры в выступлении.

Этапы речи и их задачи. Смысловые части выступления.

Взаимодействие с аудиторией. Целевая аудитория.

Невербальные средства. Наглядные материалы. Риторические приемы в выступлении.

Публичное выступление.

**Модуль «Презентация продукта» (5 часов)**

*1.Презентация как вид деловой коммуникации.(1ч)*

Типы, виды и формы презентации.

*2.Планирование презентации. Коммуникативные барьеры(1ч)*

Возможное содержание выступления

Структура выступления.

*3.Как помочь аудитории воспринимать информацию(1 ч)*

Роль интонации во взаимодействии с аудиторией

Невербальная коммуникация

Письменные и наглядные материалы

*4.Подготовка и проведение презентации (1ч)*

*5.Требования к электронной презентации (1ч)*

**Модуль « Продвижение продукта» (8 часов)**

*1.Потребности и блага (2ч)*

Потребности. Неограниченность потребностей

Товар и услуга. Функции товара

*2. Позиционирование на рынке (2ч)*

Рынки. Спрос. Предложение. Конкуренция.

Сегментирование

Маркетинговое исследование

Позиционирование товара

*3. Продвижение продукта на рынке (4)*

Маркетинг. Концепции маркетинга

Маркетинговый план

 **3. *Тематическое планирование***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № занятия | Тема | Дата |
|  | **Модуль «От проблемы к цели»** (**3 часа**) |  |
|  | *1.От проблемы к цели. (1 ч)* |  |
| 1 | Постановка проблемы. Способ достижения цели. |  |
|  | *2.Планирование деятельности. (1ч)* |  |
| 2 | Постановка задач. Составление графика деятельности. |  |
|  | *3.Ресурсы. (1ч)* |  |
| 3 | Виды ресурсов. Планирование ресурсов. |  |
|  | **Модуль «Работа с каталогами» (2 часа)** |  |
|  | *1.Организация информации в каталоге. Виды каталогов. Поиск информации в каталоге. (1ч)* |  |
| 4 | Библиографическое описание книги. Каталожная карточка. Виды каталогов. Поиск информации в каталоге. |  |
|  | *2.Поиск информации в карточном и электронном каталоге. (1ч)* |  |
| 5 | Поиск информации в карточном и электронном каталоге.  |  |
|  | **Модуль «Работа со справочной литературой» (3 часа)** |  |
|  | *1.Знакомство с видами справочной литературы и способами размещения информации в справочной литературе (2 ч)* |  |
| 6-7 | Виды справочной литературы. Размещение информации в справочной литературе. |  |
|  | *2.Поиск информационных лакун. Поиск и отбор информации, необходимой для заполнения информационных лакун. Оформление ссылок. (1 ч)* |  |
| 8 | Поиск информационных лакун. Поиск и отбор информации, необходимой для заполнения информационных лакун. Оформление ссылок.  |  |
|  | **Модуль «Анализ и планирование ресурсов» (4 часа)** |  |
|  | *1.Виды ресурсов. (1 ч)* |  |
| 9 | Ресурсы. Виды ресурсов. |  |
|  | *2.Создание ресурсов. Усовершенствование продукта (1ч)* |  |
| 10 | Создание ресурсов. Усовершенствование продукта с помощью метода идеального конструкторского решения. |  |
|  | *Создание ресурсов. Разработка нового продукта (2ч)* |  |
| 11-12 | Методы генерирования идей. Генерация идей новых продуктов. |  |
|  | **Модуль «Сам себе эксперт» (2 часа)** |  |
|  | *1.Критерии оценки (1ч)* |  |
| 13 | Субъективная оценка. Критерии оценки. Характеристики продукта. |  |
|  | *2.Оценка продукта проектной деятельности (1ч)* |  |
| 14 | Критерии оценки продукта проектной деятельности. Способ оценки |  |
|  | **Модуль «Основы риторики и публичное выступление» (7часов)** |  |
|  | *1.Как сделать публичное выступление успешным (подготовительный этап)(1ч)* |  |
| 15 | Критерии эффективного публичного выступления |  |
|  | *2.Планирование публичного выступления (6ч)* |  |
| 16 | Разработка плана выступления. Примеры в выступлении. |  |
| 17 | Этапы речи и их задачи.  |  |
| 18 | Смысловые части выступления. |  |
| 19 | Взаимодействие с аудиторией. Целевая аудитория |  |
| 20 | Невербальные средства. Наглядные материалы. Риторические приемы в выступлении. |  |
| 21 | Публичное выступление. |  |
|  | **Модуль «Презентация продукта» (5 часов)** |  |
|  | *1.Презентация как вид деловой коммуникации.(1ч)* |  |
| 22 | Типы, виды и формы презентации |  |
|  | *2.Планирование презентации. Коммуникативные барьеры(1ч)* |  |
| 23 | Возможное содержание выступления. Структура выступления |  |
|  | *3.Как помочь аудитории воспринимать информацию(1 ч)* |  |
| 24 | Роль интонации во взаимодействии с аудиторией. Невербальная коммуникация. Письменные и наглядные материалы. |  |
|  | *4.Подготовка и проведение презентации (1ч)* |  |
| 25 | Подготовка и проведение презентации. |  |
|  | *5.Требования к электронной презентации (1)* |  |
| 26 | Требования к электронной презентации. |  |
|  | **Модуль « Продвижение продукта» (8 часов)** |  |
|  | *1.Потребности и блага (2ч)* |  |
| 27-28 | Потребности. Неограниченность потребностей. Товар и услуга. Функции товара. |  |
|  | *2. Позиционирование на рынке (2ч)* |  |
| 29-30 | Рынки. Спрос. Предложение. Конкуренция. Сегментирование. Маркетинговое исследование. Позиционирование товара. |  |
|  | *3. Продвижение продукта на рынке (4ч)* |  |
| 31-34 | Маркетинг. Концепции маркетинга. Маркетинговый план. |  |