



МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

для подготовки участников теоретического этапа
Московского конкурса межпредметных навыков и
знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал»
в номинации «Предпринимательский класс» по
направлению «Предпринимательское»

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. ПЛЕХАНОВА»

2024 год

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	2
Раздел 1. МАТЕМАТИКА	8
Раздел 2. ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ	14

ВВЕДЕНИЕ

Формирование предпринимательского мышления сегодня приобретает особую актуальность в образовании и воспитании подрастающего поколения. Такой вид мышления содержит набор убеждений, мыслительных процессов и способов взгляда на мир, которые определяют предпринимательское поведение человека во всех сферах деятельности, способствуют формированию лидерских качеств, повышают мотивацию к саморазвитию и осознанному созидательному отношению к окружающей среде. Включаясь в проекты по предпринимательскому образованию молодежи, школа решает одну из важнейших задач в современном мире, а именно способствует развитию у подрастающего поколения способности самостоятельно решать жизненно важные задачи.

Одна из форм выстраивания образовательной траектории обучаемого – подготовка и участие в олимпиадах и конкурсах по предпринимательству. Предлагаем вам методическое пособие по подготовке школьников старших классов к участию и успешному прохождению теоретического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Предпринимательский класс» по направлению «Предпринимательское».

Материалы теоретического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» (далее – Конкурс) предназначены для оценки уровня теоретической подготовки и освоения

участниками Конкурса знаний, умений, ключевых компетенций в рамках проекта предпрофильного образования «Предпринимательский класс».

Индивидуальный вариант участника Конкурса состоит из 10 (десяти) заданий, включающих вопросы с возможностью выбора и вопросы с открытым ответом. Все вопросы базируются на содержании обязательных учебных курсов «Математика», «Обществознание», «Английский язык». Индивидуальный вариант участника формируется автоматически во время проведения теоретического этапа Конкурса из базы конкурсных заданий и включает 5 заданий базового уровня и 5 заданий повышенной сложности. Задания повышенной сложности № 3 и № 6 по желанию участника могут быть заменены на задания повышенной сложности № 3а и № 6а соответственно.

Задание считается выполненным, если ответ участника совпал с эталоном. Каждое задание базового уровня оценивается в 5 баллов. Каждое задание повышенной сложности оценивается в 7 баллов. Каждое задание высокой сложности оценивается в 10 баллов. Задание считается выполненным, если ответ участника совпал с эталоном. Максимальный балл за выполнение всех заданий варианта – 60 баллов.

Задания номер 1, 3, 4, 5, 6 и 6а теоретического этапа Конкурса разработаны преподавателями ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», вуза-партнера проекта Департамента образования и науки города Москвы «Предпринимательский класс».

План конкурсных заданий теоретического этапа Конкурса, в номинации «Предпринимательский класс», основан на знаниях и умениях в рамках следующих Уникальных кодификаторов Конкурса (далее - УКК):

№ задания	Выбор задания для решения	Уровень сложности	Уникальные кодификаторы Конкурса	Контролируемые требования к проверяемым умениям	Балл
1.	-	<i>базовый</i>	Математика (углубленный), модуль «Алгебра и начала математического анализа», 10 класс. Тема 1.1. Числа и выражения (1.1.1. Решение задач с	Умение решать текстовые задачи разных типов, составлять выражения, уравнения, неравенства и их системы по условию	5

			применением преобразований числовых и алгебраических выражений; операций с долями, частями и процентами)	задачи, исследовать полученное решение и оценивать результаты	
3.	<i>На выбор одно из 3, 3а</i>	<i>повышенный</i>	<p>Математика (углубленный), модуль «Алгебра и начала математического анализа», 10 класс.</p> <p>Тема 1.3 Функции (1.3.1 Функции и их графики. Графики реальных зависимостей 1.3.2 Наибольшее и наименьшее значения функции)</p>	<p>Умение находить производные функций. Определение критических точек (где производная равна нулю или не существует). Умение проводить тесты на максимум и минимум. Определение, является ли критическая точка максимумом, минимумом. Применение методов оптимизации для решения реальных задач (например, в бизнесе, экономике). Умение формулировать задачи оптимизации и определять ограничения</p>	7
4.	-	<i>базовый</i>	<p>Обществознание (углубленный), 10 класс. Тема 3. Экономика (3.1. Экономика как наука, этапы и основные направления её развития. Возможности применения экономических знаний. Методы экономической науки. Экономические профессии 3.12 Конкуренция как основа функционирования рынка. Типы рыночных структур. Совершенная конкуренция. Монополия, виды монополий. Ценовая дискриминация. Олигополия. Монополистическая конкуренция. Реклама. Монополия. Политика защиты конкуренции и антимонопольное законодательство 3.14. Общественные блага. Исключаемость и конкурентность в потреблении. Блага общего доступа, чисто общественные блага, чисто</p>	<p>Умение анализировать и систематизировать информацию, выделять ключевые факты и делать выбор верного суждения по теме «Экономика» курса «Обществознание»</p>	5

			<p>частные блага, клубные блага. Способы предоставления общественных благ 3.16. Макрорынки. Рынки ресурсов, рынки благ, финансовые рынки, валютный рынок. Домашние хозяйства, предприятия, государство, иностранный сектор. Потребление, сбережения, инвестиции)</p>		
5.	-	<i>повышенный</i>	<p>Обществознание (углубленный), 10 класс. Тема 2. Введение в социальную психологию (2.5. Группа как объект исследования социальной психологии. Классификация групп в социальной психологии. Большие социальные группы. Стихийные группы и массовые движения. Способы психологического воздействия в больших социальных группах. Малые группы как объект социально-психологических исследований. Динамические процессы в малой группе. Психологические проблемы лидерства) Тема 3. Экономика (3.1. Экономика как наука, этапы и основные направления её развития. Возможности применения экономических знаний. Методы экономической науки. Экономические профессии).</p>	<p>Умение анализировать и систематизировать информацию, выделять ключевые факты и делать выбор верного суждения по теме «Введение в социальную психологию» курса «Обществознание»</p>	7

6.	<i>На выбор одно из 6, ба</i>	<i>повы шенн ый</i>	<p>Обществознание (углубленный), 10 класс. Тема 2. Введение в социальную психологию (2.1. Этапы и основные направления развития социальной психологии. Междисциплинарные исследования. Междисциплинарный характер социальной психологии. 2.3. Общение и социальное взаимодействие. Общение как обмен информацией. Общение как взаимодействие. Особенности общения в информационном обществе. Информационная безопасность 2.4. Личность как объект исследования социальной психологии. Социальная установка. Личность в группе. Понятие «Я-концепция». Самопознание. Самопрезентация. Самоконтроль. Понятие «локус контроля». Самоуважение и самоэффективность. Социальная идентичность. 2.7. Условные группы. Референтная группа. Интеграция в группах разного уровня развития. Групповая сплочённость. Конформизм и нонконформизм. Причины конформного поведения. Психологическое манипулирование и способы противодействия ему. Межличностные отношения в группах. Межличностная совместимость. Групповая дифференциация. Формы и стиль лидерства. Формы и стиль лидерства) 2.9. Теории конфликта. Конфликт и кооперация. Конфликт и примирение. Роль посредника в конфликте)</p>	<p>Умение работать с текстом, перерабатывать и анализировать информацию из предложенного текста, оперировать профессиональными терминами по теме «Введение в социальную психологию» курса «Обществознание»</p>	7
----	---------------------------------------	-----------------------------	---	--	---

ба.	<i>На выбор одно из б, ба</i>	<i>повы шенн ый</i>	<p>Обществознание (углубленный), 10 класс. Тема 3. Экономика (3.5. Государственное регулирование рынков. Потолок и пол цены. Квотирование. Налогообложение. Распределение бремени регулирования между потребителями и производителями 3.10. Цели предприятия. Организационно-правовые формы предприятий. Альтернативная стоимость и способы финансирования предприятий. Амортизационные отчисления. 3.11. Необратимые (утопленные) издержки. Постоянные и переменные издержки. Средние и предельные издержки. Эффект масштаба. Предельные издержки и предельная выручка фирмы)</p>	<p>Умение анализировать и систематизировать информацию, выделять ключевые факты и делать выбор верного суждения, проводить базовые экономические расчеты на основе экономических моделей в рамках темы «Экономика» курса «Обществознание»</p>	7
-----	---------------------------------------	-----------------------------	--	---	---

В методическом пособии рассмотрена теория по учебным курсам «Математика» и «Обществознание» в рамках тем уникальных кодификаторов конкурса плана конкурсных заданий и разбор соответствующих заданий и задач.

Использование математического аппарата во взаимосвязи с конкретными проблемами предпринимательства позволяет:

- повысить уровень восприятия учащимися информационного содержания понятий в области предпринимательства;
- сформировать навыки и умения проведения экономических расчетов и решения задач по предпринимательству;
- развить элементы предпринимательского мышления на основе математического аппарата и информационных технологий обработки информации.

Разделы «Экономика» и «Введение в социальную психологию» курса «Обществознание» имеют непосредственное отношение к формированию на уровне программы основного образования базовых знаний в области ведения предпринимательской деятельности.

Данное методическое пособие способствует повышению качества подготовки школьников старших классов к участию и успешному прохождению теоретического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Предпринимательский класс». Пособие содержит краткие пояснения к изучению теоретического материала, примеры решения задач и заданий.

Раздел 1. МАТЕМАТИКА

1.1. Решение задач с применением преобразований числовых и алгебраических выражений; операций с долями, частями и процентами

В экономических расчетах части величин принято выражать в процентах. Это позволяет быстро сравнивать величины частей числа со всем числом и между собой, упростить расчеты и в то же время добиться достаточной степени точности выражения частей величин целыми числами.

Наиболее часто проценты применяются при финансовых расчетах, а также при обозначении доли чего-либо по отношению к другому.

Процент — одна сотая часть величины, обозначаемая знаком «%» и используемая для обозначения доли чего-либо по отношению к целому.

$$1\% = \frac{1}{100} = 0,01$$

Так как 1% равен сотой части величины, то вся величина равна 100%.

Напомним несколько алгоритмов для решения задач по теме.

Чтобы найти Р процентов от величины А, необходимо воспользоваться следующим алгоритмом¹:

1. Переведите проценты Р в десятичную дробь:

Например: 15% можно записать как $15\% = \frac{15}{100} = 0,15$

2. Умножьте число A на полученную дробь:

$$\text{Формула: Проценты} = A \times \frac{P}{100}$$

Пример: если $A = 200$ и вы хотите найти 15% от 200

$$\text{Проценты} = 200 \times 0,15 = 30$$

Таким образом, 15% от 200 равно 30.

Чтобы найти величину A по данному значению B его процентов необходимо воспользоваться следующим алгоритмом²:

1. Переведите проценты P в десятичную дробь:

$$\text{Пример: } 5\% = \frac{5}{100} = 0,05$$

2. Используйте формулу для нахождения величины A :

$$\text{Формула выглядит так: } A = B \div \frac{P}{100}$$

Здесь B — это известное значение процентов.

Пример:

Допустим, $B = 300$ и составляет 5% от величины A , и вы хотите найти величину A .

Сначала переведите 5% в десятичную дробь:

$$5\% = \frac{5}{100} = 0,05$$

Теперь подставьте значения в формулу:

$$A = 300 \div 0,05 = 6000$$

Таким образом, если $B = 300$ и составляет 5% от величины A , то величина A равна 6000

Пример задания (базовый уровень, 5 баллов)

Петр – самозанятый, который предоставляет услуги по ремонту квартир. В течение года он заработал 1200000 рублей. В соответствии с законодательством, самозанятый должен уплачивать налог на профессиональный доход (НПД) в размере 4% от доходов, полученных от физических лиц, и 6% от доходов, полученных от юридических лиц. Из общего дохода Петр получил 800000 рублей от физических лиц, остальную сумму от юридических лиц. Какой налог

заплатит самозанятый через год, если его доход возрастет на 50%, при этом соотношение доходов от физических и юридических лиц останется прежним?

Задачи, связанные с расчетом налогов, требуют внимательного подхода к данным и понимания налоговых ставок. В данной задаче мы будем работать с доходами самозанятого и налогами, которые он обязан уплатить в соответствии с законодательством.

Алгоритм решения задачи:

Внимательно прочитать условие задачи.

Общий доход Петра за первый год - 1200000 (рублей)

Доход от физических лиц - 800000 (рублей)

Доход от юридических лиц необходимо рассчитать

$1200000 - 800000 = 400000$ (рублей)

Налоговая ставка:

4% = 0,04 от доходов от физических лиц (0,04 от 800 000 рублей)

6% = 0,06 от доходов от юридических лиц (0,06 от 400 000 рублей)

Для решения этой задачи необходимо использовать **алгоритм**¹.

1 способ решения задачи

1) $800000 \times 0,04 = 32\ 000$ (рублей) – величина налога, который должен заплатить самозанятый от дохода с физических лиц.

2) $400000 \times 0,06 = 24\ 000$ (рублей) – величина налога, который должен заплатить самозанятый от дохода с юридических лиц.

$32000 + 24000 = 56000$ (рублей) – величина налога, который заплатит самозанятый за 1 год работы.

3) $100\% + 50\% = 150\% = 1,5$ (раза) – увеличение налога соответствует увеличению дохода, т.к. соотношение доходов от физических и юридических лиц останется прежним.

4) $56000 \times 1,5 = 84000$ (рублей) – величина налога, которую самозанятый заплатит за второй год работы.

Ответ: 84000

2 способ решения задачи

- 1) $100\% + 50\% = 150\% = 1,5$ (раза) – увеличение дохода самозанятого за второй год работы
- 2) $800000 \times 1,5 = 1200000$ (рублей) – доход, который получит самозанятый с физических лиц за второй год работы.
- 3) $400000 \times 1,5 = 600000$ (рублей) – доход, который получит самозанятый с юридических лиц за второй год работы.
- 4) $1200000 \times 0,04 = 48000$ (рублей) – величина налога, который должен заплатить самозанятый от дохода с физических лиц во второй год.
- 5) $600000 \times 0,06 = 36000$ (рублей) – величина налога, который должен заплатить самозанятый от дохода с юридических лиц.
- 6) $48000 + 36000 = 84000$ (рублей) – величина налога, который заплатит самозанятый за 2 год работы.

Ответ: 84000

1.3.1 Функции и их графики. Графики реальных зависимостей

1.3.2 Наибольшее и наименьшее значения функции

Задачи на наибольшее и наименьшее значения функции в экономике используются для: оптимизации ресурсов, анализа прибыльности, определения ценовой политики, принятия инвестиционных решений, планирования производства, оценки рисков и многое другое. Эти задачи играют ключевую роль в принятии обоснованных управленческих решений и стратегическом планировании.

При изучении предмета Математика вы уже накопили большой опыт в построении и исследовании функций на монотонность и экстремумы, а также отыскания наибольшего и наименьшего значения функции.

Напомним несколько формул, правил и алгоритмов необходимых для решения задач Конкурса.

1. Формулы дифференцирования

$$C' = 0$$

$$x' = 1$$

$$(kx + m)' = k$$

$$(x^n)' = nx^{n-1}$$

$$\left(\frac{1}{x}\right)' = -\frac{1}{x^2}$$

$$(\sqrt{x})' = \frac{1}{2x}$$

2. Правила дифференцирования

$$(f(x) + g(x))' = f'(x) + g'(x)$$

$$(kf(x))' = kf'(x)$$

$$(f(x)g(x))' = f'(x)g(x) + f(x)g'(x)$$

$$\left(\frac{f(x)}{g(x)}\right)' = \frac{f'(x)g(x) - f(x)g'(x)}{g^2(x)}$$

Алгоритм³ нахождения наибольшего и наименьшего значений непрерывной функции $y = f(x)$ на отрезке $[a; b]$.

1. Найти производную $f'(x)$.
2. Найти стационарные и критические точки функции, лежащие внутри отрезка. Для этого необходимо решить уравнение $f'(x) = 0$.
3. Вычислить значения функции $y = f(x)$ в точках, отобранных на втором шаге, и в точках a и b . Выбрать среди этих значений наименьшее — это и будет $u_{\text{наим}}$, а наибольшее — это будет $u_{\text{наиб}}$.

Пример задания:

Предприниматель запускает новый продукт и планирует рекламную кампанию, на которую он может потратить до 20 тысяч рублей. Известно, что количество продаж y в зависимости от затрат на рекламу x можно описать следующей математической моделью:

$$y = -x^3 - 15x^2 + 600x + 2500$$

где:

y — количество проданных единиц продукта,

x — затраты на рекламу в тысячах рублей.

Какое максимальное количество единиц продукта может быть продано при оптимальных затратах на рекламу?

Решение:

Для нахождения максимального количества проданных единиц продукта при оптимальных затратах на рекламу, необходимо найти максимум функции:

$$y = -x^3 - 15x^2 + 600x + 2500$$

где x варьируется от 0 до 20 (в тысячах рублей).

Решение:

Для решения данной задачи необходимо использовать алгоритм⁴.

1. Найдем производную функции используя формулы и правила дифференцирования.

Сначала найдем первую производную функции y :

$$y' = -3x^2 - 15 \times 2x + 600$$

$$y' = -3x^2 - 30x + 600$$

2. Найдем критические точки

Для нахождения критических точек приравняем производную к нулю:

$$-3x^2 - 30x + 600 = 0$$

Упростим уравнение, разделив на (-3) все коэффициенты:

$$x^2 + 10x - 200 = 0$$

Найдем корни квадратного уравнения, используя формулу дискриминанта:

$$ax^2 + bx + c = 0$$

$$D = b^2 - 4ac, x_{1,2} = \frac{-b \pm \sqrt{D}}{2a} \quad (1)$$

$$\text{Если } b = 2k, \text{ то } D_1 = k^2 - ac; x_{1,2} = \frac{-k \pm \sqrt{D_1}}{a} \quad (2)$$

Определим коэффициенты квадратного многочлена:

$a = 1$, $b = 10$, $b = 2 \times 5$, $k = 5$, $c = -200$, поэтому для упрощения вычислений используем формулу (2)

$$D_1 = 5^2 - (-200) = 225; x_{1,2} = \frac{-5 \pm \sqrt{225}}{1}$$

Получаем 2 корня уравнения.

$x_1 = -20$, (не рассматриваем, так как отрицательное значение не имеет смысла в данном контексте)

$$x_2 = 10$$

3. Вычислим значение функции в критической точке $x = 10$ и на границах $x = 0$ и $x = 20$.

$$\text{При } x = 0, y(0) = -0^3 - 15 \times 0^2 + 600 \times 0 + 2500, y(0) = 2500$$

$$\text{При } x = 10, y(10) = -10^3 - 15 \times 10^2 + 600 \times 10 + 2500, y(10) = 6000$$

$$\text{При } x = 20, y(20) = -20^3 - 15 \times 20^2 + 600 \times 20 + 2500, y(20) = 500$$

Сравним полученные значения функции

$$500 < 2500 < 6000$$

Вывод:

Максимальное количество проданных единиц продукта при оптимальных затратах на рекламу составляет 6000 единиц, при затратах на рекламу в 10 тысяч рублей.

Ответ: 6000

Раздел 2. ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ

3.1 Обществознание (углубленный), 10 класс.

Тема 3. Экономика

Экономика - хозяйственная деятельность организаций по производству, распределению, обмену и потреблению товаров, услуг, работ (ТУР). Экономические знания находят широкое применение в различных сферах. В бизнесе они помогают оптимизировать затраты, прогнозировать спрос и предлагать эффективные стратегии ценообразования. В государственном управлении экономисты разрабатывают и анализируют политику, направленную на устойчивое развитие и социальное благополучие. В финансовом секторе экономические знания используются для оценки рисков и управления

инвестициями. Личные финансы также выигрывают от экономических знаний, позволяя людям лучше управлять своими доходами и расходами.

Экономическая наука использует различные методы для анализа и прогнозирования экономических явлений. Описательные методы включают сбор и систематизацию данных для выявления тенденций. Аналитические методы, такие как эконометрия, позволяют строить модели и проверять гипотезы. Экспериментальные методы включают проведение контролируемых экспериментов для изучения поведения экономических агентов.

Можно выделить следующие экономические профессии. Экономист занимается анализом экономических данных и разработкой рекомендаций для улучшения экономической политики. Финансовый аналитик оценивает финансовое состояние компаний и рынков для принятия инвестиционных решений. Бухгалтер ведет учет финансовых операций и составляет финансовую отчетность. Маркетолог анализирует рынок и разрабатывает стратегии продвижения товаров и услуг. Менеджер по управлению рисками идентифицирует и оценивает риски, разрабатывает стратегии их минимизации. Специалист по прогнозированию и экспертизе цен занимается вопросами ценообразования товаров, работ и услуг.

Политика защиты конкуренции и антимонопольное законодательство – это меры и законы, направленные на предотвращение монополизации рынков, поддержание конкуренции и защиту потребителей от недобросовестных практик.

Макроэкономика – раздел экономической теории, изучающий функционирование экономики в целом, экономическую систему как единое целое, совокупность экономических явлений. Впервые термин был употреблён Рагнарсом Фришем 14 августа 1934 года.

Микроэкономика – раздел экономической теории, изучающий поведение отдельных экономических агентов в ходе их производственной, распределительной, потребительской и обменной деятельности.

Рынок – совокупность процессов и процедур, обеспечивающих обмен между покупателями и продавцами товаров, услуг, работ.

Рыночная экономика — экономика, основанная на принципах свободного предпринимательства, договорных отношений между хозяйствующими субъектами. Рыночная экономика — социально-экономическая система, развивающаяся на основе частной собственности и товарно-денежных отношений. Рыночная экономика опирается на принципы свободы предпринимательства и выбора.

Конкуренция как основа функционирования рынка — процесс взаимодействия и соперничества между участниками рынка за ограниченные ресурсы и потребителей. Она стимулирует эффективность, инновации и улучшение качества товаров и услуг.

Рыночные структуры классифицируются по количеству продавцов и покупателей, степени контроля над ценами и барьерам входа. Основные типы: совершенная конкуренция, монополия, олигополия и монополистическая конкуренция.

Совершенная конкуренция - рыночная структура, в которой множество продавцов и покупателей, товары являются однородными, и никто из участников не в силах повлиять на цену, можно привести в пример сельскохозяйственные рынки.

Монополия — рыночная структура, при которой контроль всего рынка осуществляет один продавец. Монополии бывают следующих видов: естественная, чистая, государственная. Естественная монополия формируется, если одна компания способна из-за значительных экономий на масштабе наиболее рационально обслуживать весь рынок. Можно привести в пример железные дороги и электроэнергетику.

Чистая монополия – это ситуация, когда на рынке присутствует только один продавец, который полностью контролирует предложение товара или услуги. Примеры включают государственные монополии на природные ресурсы или коммунальные услуги.

Государственная монополия - монополия, которая принадлежит и управляется государством. Можно привести в пример почтовые службы и некоторые категории общественного транспорта.

Ценовая дискриминация – ситуация, при которой за один и тот же товар или услугу устанавливаются различные цены для различных групп потребителей, основанная на их платежеспособности или других характеристиках.

Олигополия – структура рынка, в которой доминируют несколько крупных компаний на рынке, и их действия являются взаимозависимыми. Пример: операторы услуг сотовой связи.

Монополистическая конкуренция – структура, где множество продавцов предлагают дифференцированные товары, и каждая фирма может в некотором плане контролировать цены. Например, рынок одежды.

Монопсония – рыночная структура, где рынок контролируется одним покупателем, и он ставит условия продавцам. В пример можно привести рынок труда в небольших городах.

Реклама – является инструментом коммуникации, который применяется компаниями для осведомленности потребителей о своих товарах и услугах, а также поддержания их интереса и положительного отношения к ним.

Общественные блага – блага, которые предоставляются всем членам общества без исключения и без конкуренции в потреблении. Например: национальная оборона, уличное освещение.

Исключаемость в потреблении – способность ограничить доступ к благу для тех, кто за него не платит. Конкурентность в потреблении – ситуация, когда потребление блага одним человеком уменьшает возможность его потребления другим.

Блага общего доступа – блага, которые не исключаемы, но конкурентны в потреблении. Например: рыбы в океане. Чисто общественные блага – блага, которые не исключаемы и не конкурентны в потреблении. Например: национальная оборона. Чисто частные блага – блага, которые исключаемы и

конкурентны в потреблении. Например: еда, одежда. Клубные блага – блага, которые исключаемы, но не конкурентны в потреблении. Например: кабельное телевидение.

Общественные блага могут предоставляться государством через налогообложение, частными компаниями через добровольные взносы или благотворительные организации.

Макрорынки – крупные рынки, охватывающие экономику в целом. Например: рынки ресурсов, рынки благ, финансовые рынки, валютный рынок. Рынки ресурсов – рынки, на которых продаются и покупаются факторы производства (земля, труд, капитал). Рынки благ – рынки, на которых продаются и покупаются товары и услуги. Финансовые рынки - рынки, на которых продаются и покупаются финансовые инструменты (акции, облигации). Валютный рынок – рынок, на котором продаются и покупаются иностранные валюты.

Домашние хозяйства – экономические единицы, состоящие из одного или нескольких человек, которые совместно принимают решения о потреблении и сбережениях.

Предприятия – организации, производящие товары и услуги для продажи на рынке.

Потребление – использование товаров и услуг для удовлетворения потребностей. Сбережения - часть дохода, не потраченная на потребление и отложенная на будущее. Инвестиции – вложения капитала в производство для получения дохода в будущем.

2.2 Обществознание (углубленный), 10 класс.

Тема 2. Введение в социальную психологию

Группа в социальной психологии — совокупность людей, взаимодействующих друг с другом, имеющих общие цели и идентифицирующих себя как часть этой группы. Группы изучаются для понимания поведения, взаимодействий и влияния на индивидуальные действия.

Группы могут классифицироваться следующим образом:

1. Большие социальные группы – группы, включающие большое количество людей, такие как нации, классы, религиозные общины.

Стихийные группы и массовые движения – группы, образующиеся спонтанно, часто в ответ на определенные события или ситуации, например, протесты или митинги.

Выделяют следующие способы психологического воздействия в больших социальных группах:

1. Пропаганда – использование информации для формирования мнений и убеждений.

2. Социальное давление – влияние группы на индивидуальные решения и поведение.

3. Лидерство – влияние лидеров на поведение и мышление группы.

Малые группы — небольшие группы людей (обычно до 20), где все участники могут взаимодействовать напрямую. Например, семьи, рабочие команды, учебные группы.

Существуют следующий ряд динамических процессов в малой группе:

1. Координация – способы совместного взаимодействия членов группы для достижения общих целей.

2. Конфликты – возникновение разногласий между членами группы и пути их разрешения.

3. Нормы и роли – установленные правила поведения и распределение ответственности внутри группы.

Существуют психологические проблемы лидерства, к которым относятся:

1. Определение лидера – кто становится лидером и почему.

2. Стили лидерства – авторитарный, демократический, либеральный.

3. Влияние лидера – механизмы воздействия лидера на группу и её динамику.

2.3 Обществознание (углубленный), 10 класс.

Тема 2. Введение в социальную психологию

В развитии социальной психологии можно выделить следующие ключевые этапы и направления:

1. Ранний этап: становление социальной психологии как самостоятельной науки в конце XIX - начале XX века.
2. Классический этап: активное развитие теоретических основ и методов в середине XX века.
3. Современный этап: интеграция с другими науками и ее приложение к различным сферам жизни.

Основные направления развития социальной психологии:

1. Когнитивная социальная психология: исследование процессов восприятия, мышления и памяти в социальном контексте.
2. Социальная психология личности: изучение влияния социальных факторов на личностное развитие.
3. Групповая динамика: исследование процессов, происходящих в группах.

Междисциплинарные исследования активно используют знания и методы из психологии, социологии, антропологии, экономики и других наук для более глубокого понимания социальных явлений. Социальная психология активно использует методы и знания из различных дисциплин для более глубокого понимания сложных социальных явлений.

Общение как обмен информацией – это многогранный процесс, включающий передачу и получение информации между людьми. Общение как взаимодействие включает в себя не только обмен информацией, но и эмоциональные, поведенческие и социальные аспекты взаимодействия. Среди особенностей общения в информационном обществе выделяют влияние технологий на способы и формы общения, включая социальные сети и мессенджеры. Информационная безопасность рассматривается как важный аспект, связанный с защитой информации от несанкционированного доступа и использования.

Личность рассматривается в качестве совокупности психологических характеристик, определяющих уникальность человека и его поведение в социальных взаимодействиях. Социальная психология изучает, как личность формируется и изменяется под влиянием социальных факторов.

Социальная установка – это предрасположенность человека к определенному поведению, восприятию или реакции на объекты, события или людей, которая анализируется в социальной психологии. Социальные установки включают когнитивный (знания и убеждения), аффективный (эмоции и чувства) и поведенческий (действия) компоненты.

Личность в группе: исследуются взаимовлияние человека и группы. Анализируется, как группа влияет на личность, её самооценку, поведение и принятие решений, а также как личность влияет на группу.

Понятие «Я-концепция» – совокупность представлений человека о самом себе, включающая самовосприятие, самооценку и идеальное "я". Я-концепция формируется за счет влияния личного опыта и социальных взаимодействий.

Самопознание – процесс, изучаемый социальной психологией, об осознании и понимании своих собственных мыслей, чувств, мотивов и поведения. Самопознание способствует более глубокому пониманию человеком себя и своих действий.

Самопрезентация – процесс, в котором человек контролирует и управляет впечатлением, которое он производит на других. Самопрезентация может быть сознательной или бессознательной и направлена на достижение определенных социальных целей.

Самоконтроль – способность человека регулировать свои эмоции, мысли и поведение в соответствии с долгосрочными целями и социальными нормами. Самоконтроль важен для адаптации и успешного функционирования в обществе.

Понятие «локус контроля» – это убеждение человека о том, что контролирует его жизнь. Внутренний локус контроля означает, что человек верит в свою способность влиять на события, а внешний локус контроля — что его жизнь контролируется внешними силами.

Самоуважение — оценка человеком своей собственной значимости и ценности. Самоэффективность — вера в свои способности достигать поставленных целей и справляться с задачами.

Социальная идентичность — часть самовосприятия человека, основанная на принадлежности к определенной социальной группе. Социальная идентичность влияет на поведение и взаимодействие человека в обществе.

Условные группы — группы, которые создаются искусственно для проведения исследований или выполнения конкретных задач. Участники таких групп могут не иметь реальных социальных связей вне контекста эксперимента или задачи.

Референтная группа — группа, с которой человек соотносит себя и на которую ориентируется при формировании своих ценностей, установок и поведения. Референтная группа может быть реальной или воображаемой. Интеграция в группах разного уровня развития — процесс включения индивида в группу, который может различаться в зависимости от уровня развития группы (например, начальная стадия формирования, стадия зрелости). Интеграция включает адаптацию к нормам и правилам группы. Групповая сплочённость — степень привязанности членов группы друг к другу и к группе в целом. высокая сплочённость способствует эффективному взаимодействию и достижению целей группы.

Конформизм — склонность человека изменять своё поведение или мнения под давлением группы. **Нонконформизм** — стремление сохранять независимость и противостоять групповому давлению. Причины конформного поведения включают желание быть принятым и одобренным группой, страх перед негативными последствиями несогласия, а также убеждение в правильности мнения большинства.

Манипулирование — скрытое воздействие на человека с целью изменения его поведения или мнений в интересах манипулятора. Способы противодействия включают развитие критического мышления, уверенности в себе и навыков ассертивного поведения.

Межличностные отношения в группах – взаимодействия между членами группы, которые могут быть дружескими, нейтральными или конфликтными. Качество межличностных отношений влияет на атмосферу в группе и её эффективность.

Межличностная совместимость – степень, в которой личности членов группы гармонично сочетаются и способствуют продуктивному взаимодействию. высокая совместимость снижает конфликты и повышает удовлетворённость участников.

Групповая дифференциация представляет собой процесс разделения группы на подгруппы или выделения отдельных ролей и статусов внутри группы, в зависимости от квалификации, опыта и других характеристиках членов группы.

Лидерство может проявляться в различных формах, таких как авторитарное, демократическое и либеральное. Стиль лидерства основывается на индивидуальном подходе лидера к управлению группой и может быть ориентирован на задачи, людей или ситуацию.

Теории конфликта исследуют и анализируют причины, развитие и последствия конфликтов в различных социальных контекстах, рассматривая при этом их как неотъемлемую часть социальных взаимодействий и анализируя, как они влияют на общественные структуры и отношения. К основным теориям относятся марксистская теория, которая рассматривает конфликт как классовую борьбу за ресурсы и власть, а также теория реального конфликта, фокусирующаяся на конкуренции за ограниченные ресурсы и др.

Конфликт и кооперация представляют собой два противоположных типа взаимодействия между индивидами или группами. Конфликт возникает из-за противоречий в интересах, целях или ценностях сторон, что приводит к напряжению и противостоянию. Кооперация предполагает совместные усилия и сотрудничество для достижения общих целей. Взаимодействие конфликта и кооперации при взаимодействии их между собой представляет сложный процесс, так как конфликт, для его разрешения, может стимулировать

кооперацию, а кооперация, в свою очередь, может предотвратить возникновение конфликтов.

Конфликт и примирение связаны с возникновением и разрешением конфликтов. Конфликт – это состояние противоречий и напряженности между сторонами, в то время как примирение является процессом восстановления гармоничных отношений после конфликта. Примирение включает шаги по урегулированию разногласий, прощению, восстановлению доверия и созданию условий для долгосрочного мира и сотрудничества.

Посредник является нейтральной третьей стороной, помогающей конфликтующим сторонам найти взаимоприемлемое решение. Посредник организует переговоры, содействие коммуникации, выявляет интересы и потребности сторон, предлагает возможные решения и помогает достичь соглашения. Посредник должен быть беспристрастным, обладать навыками активного слушания и уметь управлять переговорным процессом.

2.4 Обществознание (углубленный), 10 класс.

Тема 3. Экономика

Государственное регулирование рынков включает в себя меры и действия, которые предпринимает государство чтобы контролировать и управлять экономической деятельностью, с целью обеспечения стабильности, справедливости и эффективности рынка. К основным инструментам регулирования относятся законодательство, налоги, субсидии, квоты, лицензирование и контроль цен.

Потолок цены (максимальная цена) — установленный государством предел, ограничивающий максимальную цену на товар или услугу. Цель введения потолка цены: защита потребителей от слишком высоких цен. **Пол цены** (минимальная цена) — установленный государством предел, ограничивающий минимальную цену на товар или услугу. Цель введения пола цены: защита производителей и обеспечение справедливой оплаты труда.

Квотирование — установление государством ограничений на количество или объем товаров, которые могут быть произведены, импортированы или

экспортированы в течение определенного периода. Квоты могут использоваться для защиты отечественных производителей, регулирования предложения на рынке и поддержания цен на определенном уровне.

Налогообложение — это процесс, при котором государством взимаются налоги с физических и юридических лиц. Налоги – это основной источник доходов государства, они используются для финансирования общественных благ и услуг, таких как образование, здравоохранение, инфраструктура и оборона. Существует множество различных видов налогов, включая также подоходный налог, налог на добавленную стоимость (НДС), акцизы и таможенные пошлины.

Бремя регулирования между потребителями и производителями распределяется в зависимости от эластичности спроса и предложения. В случае, если спрос на товар неэластичен (мало изменяется при изменении цены), то потребители несут большую часть бремени регулирования. Если предложение неэластично, то производители несут большую часть бремени. В действительности бремя регулирования довольно часто распределяется между обеими сторонами в зависимости от конкретных условий рынка.

Цели предприятия — результаты, которые организация желает и стремится достичь в своей деятельности. Они могут быть стратегическими (долгосрочными) и тактическими (краткосрочными). Главные цели включают в себя капитализацию, максимизацию прибыли, увеличение рыночной доли, улучшение качества продукции, устойчивое развитие.

Организационно-правовые формы предприятий определяют правовой статус, структуру управления и ответственность участников. Основные организационно-правовые формы включают в себя:

- индивидуальный предприниматель – физическое лицо, которое осуществляет предпринимательскую деятельность;
- общество с ограниченной ответственностью (ООО) – организационно-правовая форма предприятия, в которой участники несут ответственность в пределах своих вкладов.

- акционерное общество (АО) — это организационно-правовая форма предприятия, в которой капитал разделяется на акции, каждая из которых представляет собой долю в собственности компании.

Альтернативная стоимость — это стоимость наилучшего из возможных альтернативных вариантов использования ресурсов, которая отражает упущенную выгоду от выбора одного варианта вместо другого. Например, если предприятие принимает решение инвестировать средства в новый проект, то альтернативная стоимость — это прибыль, которую оно могло бы получить, если бы вложило средства в другой проект.

Способы финансирования предприятий включают:

- собственные средства: прибыль, амортизационные отчисления, личные сбережения владельцев;
- заемные средства: кредиты, займы;
- привлеченные средства: выпуск акций, венчурное финансирование, гранты, инвестиции.

Амортизационные отчисления — это процесс, распределяющий стоимость основных средств на протяжении их срока службы. Они дают возможность предприятиям учитывать износ и старение оборудования, зданий и других долгосрочных активов, постепенно списывая их стоимость на расходы.

Необратимые издержки — это затраты, которые уже были понесены и не могут быть возвращены или изменены. Такие издержки не должны оказывать влияние на решения в будущем, в связи с тем, что они уже произошли и не могут быть компенсированы. Например, расходы на исследования и разработки, которые не привели к успешному результату и созданию новых продуктов.

Постоянные издержки — затраты, которые остаются неизменными независимо от объема производства. Примеры включают аренду помещений, зарплаты административного персонала и амортизацию оборудования.

Переменные издержки — затраты, которые изменяются в зависимости от объема производства. Примеры включают сырье, энергию и заработную плату производственных рабочих.

Средние издержки – общие издержки, деленные на количество произведенной продукции. Они показывают, сколько в среднем стоит производство одной единицы продукции.

Предельные издержки – дополнительные издержки, связанные с производством одной дополнительной единицы продукции. Они важны для принятия решений о расширении или сокращении производства.

Эффект масштаба — экономия, достигаемая за счет увеличения объема производства. При увеличении масштаба производства средние издержки на единицу продукции могут снижаться благодаря более эффективному использованию ресурсов, специализации и технологическим улучшениям.

Предельная выручка – дополнительный доход, получаемый от продажи одной дополнительной единицы продукции. Для максимизации прибыли фирма должна производить до тех пор, пока предельная выручка не станет равной предельным издержкам.

Примеры заданий по обществознанию:

Задание (базовый уровень, 5 баллов)

Какой из следующих субъектов экономической деятельности играет ключевую роль в создании новых товаров и услуг на рынке?

- A) государственные органы и институты
- B) потребители
- C) предприниматели
- D) финансовые учреждения

Верный ответ C

Задание (повышенный уровень, 7 баллов)

Найдите соответствие:

1	Стихийные группы и массовые движения
2	Предпринимательство
3	Психологические проблемы лидерства
4	Динамические процессы в малой группе

А) способствует (-ют) созданию новых рабочих мест и может улучшать социальную мобильность

В) способствует (-ют) улучшению командной работы и ускорению процессов принятия решений

С) может / могут изменить общественные нормы и потребительские предпочтения, что требует от предпринимателей изменения своих бизнес-моделей и продуктов

Д) может / могут привести к недостатку доверия в команде и снижению мотивации сотрудников

Верный ответ:

1	2	3	4
С	А	Д	В

Задание (повышенный уровень, 7 баллов)

Прочтите текст. Заполните пропуски в тексте вариантами предложенных ниже терминов.

«В каждой команде могут возникать конфликты, и важно уметь их правильно разрешать. Чтобы эффективно управлять конфликтом, следуйте этим шагам:

1. Выслушивание: первым делом необходимо выслушать мнение всех сторон. Каждому участнику должно быть предоставлено право высказаться. Это поможет понять разные _____ (1).

2. Анализ ситуации: после выслушивания важно проанализировать ситуацию, выяснить причины конфликта и его признаки. Подумайте о том, что действительно стало _____ (2) возникновения недопонимания.

3. Обсуждение решений: соберите команду для обсуждения возможных способов разрешения конфликта. Генерируйте _____ (3), которые могут помочь избежать подобных ситуаций в будущем.

4. Согласование действий: после обсуждения необходимо выбрать наиболее подходящий вариант и разработать _____ (4), который будет включать шаги по устранению конфликта.

5. Мониторинг результатов: после реализации плана важно следить за ситуацией и убедиться, что конфликт не повторяется. Периодически проводите _____(5) для оценки атмосферы в команде.

Пропущенные термины:

- А) опросы
- Б) карта
- В) идея
- Г) план
- Д) точка зрения
- Е) причина
- Ж) корпоратив

Верный ответ:

1	2	3	4	5
Д	Е	В	Г	А

Задание (повышенный уровень, 10 баллов)

Предпринимателю для организации предпринимательского проекта требуется финансирование в размере 3 000 000 рублей. У предпринимателя есть собственные накопления в размере 1 200 000 рублей. Также предприниматель получил грант на развитие бизнеса в размере 1 000 000 рублей. 300 000 рублей предприниматель одолжил у друга под процент. Остальную сумму предприниматель рассчитывает взять в кредит. Какие из перечисленных источников финансирования предпринимательского проекта предполагают безвозмездное финансирование и в какой сумме необходимо взять кредит предпринимателю?

- А) грант, кредит, займ у друзей
- Б) грант, собственные накопления, кредит
- В) грант, собственные накопления предпринимателя
- Г) собственные накопления предпринимателя, займ у друзей

Верный ответ: В,500000