

УДК 2964

Халилова Ф.Д.

студент

Научный руководитель: Шатаева О.В., к.и.н.

Московский педагогический государственный университет

Россия, Москва

## ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТАРШЕКЛАССНИКОВ СРЕДСТВАМИ КУРСА ЭКОНОМИКИ

*Аннотация.* В статье представлены результаты опытно-экспериментальной работы, проведённой на базе ГБОУ Школы №2006 города Москвы. Цель исследования заключалась в разработке и апробации методики формирования предпринимательских компетенций старшеклассников через интеграцию содержания цифровой экономики и применение цифровых инструментов в проектной деятельности. В ходе констатирующего этапа выявлен недостаточный исходный уровень сформированности всех компонентов предпринимательской компетенции. На формирующем этапе внедрена модульная методика, включающая три последовательных блока. Контрольный этап показал положительную динамику в экспериментальной группе: доля учащихся с высоким общим уровнем выросла с 10% до 33%, с низким — сократилась с 47% до 10%. В контрольной группе значимых изменений не зафиксировано. Делается вывод об эффективности предложенной методики.

**Ключевые слова:** предпринимательские компетенции, старшеклассники, цифровая экономика, цифровые инструменты,

*проектная деятельность, педагогический эксперимент, модульное обучение.*

**Khalilova F.D.**

**student**

**Scientific adviser: Shatayeva O.V., c.h.s.,**

**Moscow Pedagogical State University**

**Russia, Moscow**

## **PRACTICE OF FORMING ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES OF HIGH SCHOOL STUDENTS THROUGH THE ECONOMICS COURSE**

***Abstract.** The article presents the results of experimental work conducted on the basis of Moscow School No. 2006. The aim of the study was to develop and test a methodology for forming entrepreneurial competencies of high school students through the integration of digital economy content and the use of digital tools in project activities. The ascertaining stage revealed an insufficient initial level of formation of all components of entrepreneurial competence. At the formative stage, a modular methodology including three sequential blocks was implemented. The control stage showed positive dynamics in the experimental group: the share of students with a high general level increased from 10% to 33%, with a low level decreased from 47% to 10%. No significant changes were recorded in the control group. The conclusion is made about the effectiveness of the proposed methodology.*

***Keywords:** entrepreneurial competencies, high school students, digital economy, digital tools, project activities, pedagogical experiment, modular training.*

Современная система общего образования сталкивается с необходимостью подготовки выпускников, способных к инициативной и ответственной деятельности в условиях цифровой экономики. Традиционное обучение, ориентированное преимущественно на передачу теоретических знаний и подготовку к экзаменационным формам контроля, не обеспечивает в полной мере формирование предпринимательских компетенций как интегративного личностного качества. В связи с этим возникает необходимость разработки и апробации специальных методик, направленных на формирование всех компонентов предпринимательской компетенции через изучение цифровой экономики и активное использование цифровых инструментов в проектной деятельности.

Опытно-экспериментальная работа проводилась на базе ГБОУ Школы №2006 города Москвы во втором полугодии 2025/2026 учебного года. В исследовании приняли участие 58 учащихся 10-х классов, из которых 30 человек составили экспериментальную группу (10 «А») и 28 — контрольную группу (10 «Б»). Возраст участников на момент начала эксперимента составлял 15-16 лет. Эксперимент включал три последовательных этапа: констатирующий, формирующий и контрольный.

В работе использован комплекс теоретических и эмпирических методов. На констатирующем этапе применялись анкетирование для оценки мотивационно-ценностного компонента, тестирование для оценки когнитивного компонента, а также анализ выполнения практико-ориентированных заданий (кейсов) для оценки операционно-деятельностного и рефлексивно-оценочного компонентов. Выбор методов основывался на теоретической модели, выделившей четыре структурных компонента предпринимательской компетенции, и учитывал возрастные особенности старшеклассников.

Результаты констатирующего этапа показали, что исходный уровень сформированности предпринимательских компетенций в экспериментальной и контрольной группах является примерно одинаковым и недостаточным. Высокий уровень мотивационно-ценностного компонента продемонстрировали лишь 13% учащихся экспериментальной группы и 11% контрольной группы, тогда как низкий уровень зафиксирован у 40% и 39% соответственно. Преобладание внешних мотивов (одобрение учителя, получение высокой оценки) над внутренними указывает на ситуативный, неустойчивый характер интереса к предпринимательской деятельности. Эти данные согласуются с исследованиями, указывающими на то, что дефицит внутренней мотивации часто становится основным препятствием для вовлечения школьников в предпринимательскую активность.

Диагностика когнитивного компонента показала, что, хотя базовые экономические понятия усвоены учащимися на среднем уровне, знания в области цифровой экономики существенно отстают. Правильные ответы на вопросы о сетевых эффектах, платформенных бизнес-моделях и краудфандинге дали менее 30% респондентов в обеих группах. Высокий уровень когнитивного компонента зафиксирован только у 17% учащихся экспериментальной группы и 14% контрольной группы. Полученные результаты подтверждают актуальность включения в курс экономики содержательных модулей, посвященных цифровой экономике, поскольку без соответствующих знаний формирование адекватного представления о современных предпринимательских возможностях затруднено.

Наиболее существенные дефициты выявлены при оценке операционно-деятельностного и рефлексивно-оценочного компонентов. Только 10% учащихся экспериментальной группы и 7% контрольной группы продемонстрировали высокий уровень практических умений.

Типичными ошибками стали: подмена анализа рынка простым перечислением потенциальных клиентов, игнорирование анализа конкурентов, непонимание специфики цифровых бизнес-моделей, отсутствие рефлексии собственных затруднений. Эти данные свидетельствуют о том, что проектная деятельность, направленная на формирование предпринимательской компетенции, требует целенаправленного методического сопровождения.

Общий уровень сформированности предпринимательских компетенций оказался недостаточным в обеих группах: высокий уровень зафиксирован лишь у 10% учащихся экспериментальной группы и 7% контрольной группы, низкий уровень — у 47% учащихся в обеих группах. Выявленные дефициты позволили обосновать необходимость разработки специальной методики, направленной на формирование всех компонентов предпринимательской компетенции через изучение цифровой экономики и активное использование цифровых инструментов в проектной деятельности.

На формирующем этапе в экспериментальной группе была апробирована разработанная «Методика формирования предпринимательских компетенций старшеклассников через проектную деятельность в цифровой среде». Ее реализация осуществлялась в рамках урочной деятельности (уроки экономики, 2 часа в неделю) с элементами внеурочной проектной работы в течение 12 учебных недель. В основе методики лежат теоретические подходы, обоснованные в первой главе исследования: деятельностный подход (акцент на проектной деятельности, а не на репродуктивном усвоении знаний), контекстно-ситуативный подход (моделирование реальных предпринимательских ситуаций в цифровой экономике), компетентностно-модульный подход (разбивка содержания на логически завершённые модули), технологический и

инструментальный подход (активное использование цифровых инструментов), социально-конструкционистский подход (командная работа, привлечение внешних экспертов) и рефлексивно-оценочный подход (формирующее оценивание, портфолио, самооценка).

Структура методики построена по модульному принципу и включает три последовательных модуля. Модуль 1 «Цифровая экономика: возможности для предпринимательства» (4 недели, 8 часов) был посвящен изучению ключевых понятий цифровой экономики: природа данных как экономического ресурса, сетевые эффекты, платформенные бизнес-модели, краудфандинг, краудсорсинг. Итоговым продуктом модуля стала аналитическая записка «Анализ перспективной ниши для цифрового стартапа». Модуль 2 «Цифровые инструменты в предпринимательской деятельности» (4 недели, 8 часов) был направлен на практическое освоение цифровых сервисов. Учащиеся знакомились с инструментами для сбора и анализа данных (Google Forms, Google Trends), для организации совместной работы и управления проектами (Trello, Miro), для создания контента и продвижения (Canva, Tilda), а также с основами финансового моделирования в Google Sheets. Итоговым продуктом модуля стало создание лендинга (одностраничного сайта) для своего проекта. Модуль 3 «Разработка и защита предпринимательского проекта» (4 недели, 8 часов плюс внеурочная работа) был посвящен интеграции полученных знаний и умений в целостный проект. Учащиеся дорабатывали бизнес-модель с использованием шаблона «Канвас», составляли финансовый план, готовили презентацию и публично защищали проект перед экспертами (учителем информатики и представителем администрации школы). В качестве конкретного примера реализации предложенной методики можно привести проект команды учащихся 10 «А» класса, посвященный анализу и доработке функционала образовательной платформы «ЯКласс».

Учащиеся провели опрос среди одноклассников (45 респондентов) с помощью Google Forms, чтобы выявить, какие функции платформы они используют чаще всего и каких возможностей им не хватает. Результаты показали, что большинство школьников ценят систему автоматической проверки заданий и рейтинги, но хотели бы добавить функцию совместного решения задач в реальном времени и чат для обсуждения сложных тем с одноклассниками. На основе этих данных команда разработала в Miro концептуальную модель обновлённого интерфейса «ЯКласса», а в Canva создала макеты новых страниц. Затем учащиеся подготовили презентацию с предложениями по доработке платформы и представили её на школьной конференции. Проект вызвал интерес у учителей информатики, которые предложили направить предложения разработчикам «ЯКласса». По итогам защиты команда получила приглашение от внешнего эксперта — выпускника школы, работающего в IT-компании, — для дальнейшей проработки технической реализации предложенных идей.

Другим показательным примером является проект «ЭкоМаркет» — интернет-платформа для продажи экологичных товаров местных производителей. Учащиеся провели анализ конкурентов (Ozon, Wildberries, локальные фермерские магазины) и выявили нишу — отсутствие удобного сервиса с доставкой от небольших производителей. На основе этого они составили финансовую модель в Google Sheets, рассчитав точку безубыточности (450 заказов в месяц). Для продвижения проекта команда создала аккаунт в TikTok и за две недели набрала 300 подписчиков. При защите проекта учащиеся отметили, что ключевым фактором успеха стала командная работа и использование Miro для визуализации идей на этапе мозгового штурма.

Особое внимание в методике было уделено системе оценивания. В отличие от традиционной пятибалльной системы, в экспериментальной группе использовалась накопительная балльная система (рейтинг). Баллы начислялись за выполнение заданий в каждом модуле, активность на занятиях, качество промежуточных продуктов (аналитическая записка, лендинг), итоговый проект и его защиту, а также за рефлексивные отчеты. Дополнительные «бонусные баллы» можно было получить за оригинальность идей, помощь другим участникам команды и дополнительные исследования сверх обязательной программы. Для фиксации процесса работы и рефлексии каждый учащийся вел «Портфолио проекта» в Google Docs, где собирались все черновики, промежуточные версии продуктов, полученная обратная связь от учителя и одноклассников, а также самооценка собственного вклада и прогресса. Такой подход, основанный на принципах формирующего оценивания, позволил сместить акцент с фиксации итогового результата на поддержку процесса развития компетенции.

В ходе реализации методики были выявлены типичные трудности и определены способы их преодоления. Неравномерная активность в командах была преодолена путем введения индивидуальных баллов за вклад в общий результат на основе взаимной оценки внутри команды. Нехватка времени на освоение цифровых инструментов была компенсирована созданием кратких видеоинструкций и текстовых «шпаргалок» с пошаговыми алгоритмами работы в каждом сервисе. Отсутствие у некоторых учащихся мотивации преодолевалось через индивидуализацию заданий: учащимся предоставлялась возможность выбора темы проекта, роли в команде (аналитик, дизайнер, менеджер, технический специалист, спикер) и формата представления промежуточных результатов.

Для оценки эффективности разработанной методики в январе 2026 г. был проведен контрольный этап эксперимента — повторная диагностика уровня сформированности предпринимательских компетенций в экспериментальной и контрольной группах с использованием тех же диагностических материалов. В экспериментальной группе доля учащихся с высоким уровнем мотивационно-ценностного компонента выросла с 13% до 40%, а доля с низким уровнем сократилась с 40% до 10%. В контрольной группе изменения были незначительными: высокий уровень вырос с 11% до 14%, низкий сократился с 39% до 34%. Полученные данные свидетельствуют о том, что использование геймифицированных элементов (баллы, рейтинг, командное соревнование) оказало положительное влияние на формирование внутренней мотивации старшеклассников к предпринимательской деятельности.

Наиболее значительные изменения в экспериментальной группе произошли в части знаний о цифровой экономике: доля учащихся с высоким уровнем когнитивного компонента выросла с 17% до 50%, с низким — сократилась с 33% до 7%. В контрольной группе высокий уровень вырос лишь с 14% до 18%, низкий сократился с 32% до 28%. Это подтверждает эффективность включения в курс экономики специальных содержательных модулей, посвященных цифровой экономике, и использования практико-ориентированных заданий, требующих применения полученных знаний.

Результаты диагностики операционно-деятельностного и рефлексивно-оценочного компонентов демонстрируют наиболее существенную положительную динамику в экспериментальной группе. Доля учащихся с высоким уровнем практических умений и рефлексии выросла с 10% до 37%, а доля с низким уровнем сократилась с 47% до 13%. Учащиеся экспериментальной группы стали значительно лучше

справляться с заданиями, требующими генерации и обоснования бизнес-идей, анализа целевой аудитории, выбора цифровых инструментов для продвижения и самооценки результатов. В контрольной группе изменения были незначительными: высокий уровень вырос с 7% до 11%, низкий уровень сократился с 50% до 46%. Существенный рост практических умений в экспериментальной группе связан с тем, что учащиеся не просто изучали теорию, но и применяли ее в ходе проектной деятельности: анализировали рынок с помощью цифровых инструментов, создавали лендинги, разрабатывали финансовые модели и публично защищали свои проекты.

Общий уровень сформированности предпринимательских компетенций в экспериментальной группе: высокий уровень вырос с 10% на констатирующем этапе до 33% на контрольном, средний — с 43% до 57%, низкий сократился с 47% до 10%. В контрольной группе значимой динамики не наблюдалось: высокий уровень вырос с 7% до 11%, низкий сократился с 47% до 43%. Различия между результатами экспериментальной и контрольной групп на контрольном этапе являются статистически значимыми, что подтверждает эффективность разработанной методики.

Эффективность методики оценивалась также по дополнительным критериям. Доля учащихся, перешедших на более высокий уровень сформированности компетенций, в экспериментальной группе составила 23% (с 10% до 33% с высоким уровнем), тогда как в контрольной группе этот показатель составил лишь 4%. Анализ итоговых проектов показал, что учащиеся экспериментальной группы стали предлагать более оригинальные и проработанные идеи, глубже анализировать целевую аудиторию и конкурентную среду, активнее использовать цифровые инструменты для продвижения и презентации своих проектов. По

результатам итогового анкетирования, 85% учащихся экспериментальной группы отметили, что им было интересно работать над проектами, и они хотели бы продолжить подобную деятельность в будущем (в контрольной группе — 52%).

Таким образом, гипотеза исследования, предполагавшая, что формирование предпринимательских компетенций старшеклассников в курсе экономики будет более эффективным при условии интеграции содержания цифровой экономики и активного использования цифровых инструментов в проектной деятельности, полностью подтверждена. В экспериментальной группе, где применялась разработанная методика, произошли значимые положительные изменения по всем компонентам предпринимательской компетенции, в то время как в контрольной группе, обучавшейся по традиционной программе, значимой динамики не наблюдалось. Разработанная методика доказала свою эффективность и может быть рекомендована к использованию в практике преподавания экономики в старших классах общеобразовательных школ, особенно в классах социально-экономического профиля. Полученные результаты подтверждают, что интеграция содержания цифровой экономики и активное использование цифровых инструментов в проектной деятельности являются эффективным средством формирования предпринимательских компетенций старшеклассников, обеспечивающим переход от теоретического усвоения знаний к их практическому применению в условиях, моделирующих реальную предпринимательскую среду.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года».

2. *Абрамова Е.А.* Создание модели компетенций для совершенствования бизнес-процессов управления персоналом // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2020. №4 (64). С. 8-13.

3. *Волошин Р.О.* Особенности готовности обучающихся общеобразовательной школы к предпринимательской деятельности // Научный журнал «Бизнес и общество». 2024. №2 (42).

4. *Грасс Т.П., Петрищев В.И., Крашенинникова А.Е.* Система оценивания образовательных результатов старшеклассников в процессе формирования экономической культуры в условиях цифровой экономики // Сибирский педагогический журнал. 2020. №4. С. 107-117.

5. *Грасс Т.П., Петрищев В.И.* Формирование компетенции «предприимчивость» у старшеклассников как структурный элемент экономической культуры // Сибирский педагогический журнал. 2019. №1. С. 99-108.

6. *Калимуллина О.В., Троценко И.В.* Современные цифровые образовательные инструменты и цифровая компетентность: анализ существующих проблем и тенденций // Открытое образование. 2018. №3. С. 61-73.

7. *Ланина С.Ю., Плащевая Е.В., Иванчук О.В.* Формирование предпринимательской компетенции у старшеклассников на уроках экономики // Проблемы современного педагогического образования. 2024. №85-4. С. 230-232.

8. *Ломаско П.С., Симонова А.Л., Фадеева О.А.* Основные виды и возможности педагогической диагностики в цифровой среде // Современные тенденции развития педагогических технологий в медицинском образовании. Красноярск, 2020. С. 309-316.
9. *Митяков С.Н., Митякова О.И., Мурашова Н.А.* Цифровая экономика: новые вызовы для системы образования // Инновации. 2019. №10 (252). С. 50-57.
10. *Мусарский М.М., Платонова Е.Д., Игумнов О.А.* Европейский опыт и перспективы развития предпринимательского образования в российских школах // Современная конкуренция. 2018. №1 (67). С. 62-75.
11. *Набиев Г.А., Бакирова О.* Формирование предпринимательских компетенций у школьников // Scientific progress. 2022. №2. С. 944-951.
12. *Назаренко-Матвеева Т.М.* Современные тенденции и направления развития общего и дополнительного образования // Вестник РМАТ. 2021. №1. С. 44-50.
13. *Сутормина Н.В.* Особенности цифровой компетентности школьников и студентов и специфика использования ими сети Интернет в учебных целях // Перспективы науки и образования. 2024. №1 (67). С. 640-658.
14. *Чуланова О.Л.* Формирование и развитие компетентностного подхода в работе с персоналом: теория, методология, практика. М., 2014.

### **Сведения об авторе**

**Халилова Фатима Джалиловна**, студент направления подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) (Экономика и право) Института социально-гуманитарного образования Московского педагогического государственного университета (МПГУ), г. Москва, Россия. Статья выполнена под научным руководством **Шатаева**

**Ольга Владимировна** кандидата исторических наук, доцента кафедры экономической теории и менеджмента ИСГО Московского педагогического государственного университета (МПГУ), г. Москва, Россия.