

# Применение технологии «Достижение прогнозируемых результатов» на уроках экономики

---

Современная, достаточно жесткая реальность диктует прагматичные взгляды на многие явления нашей жизни, и один из таких взглядов – ориентация не на процесс, а на результат. Ни одно предприятие не будет конкурентоспособно, если оно не ставит перед собой цели, которые может реально достигнуть, но не достигает в заданный промежуток времени. Качество образования определяется соотношением поставленных целей с достигнутыми результатами (М.М.Поташник), а его эффективность связана с ресурсными и временными затратами. Напомним, в Федеральной целевой программе развития образования на 2006 – 2010 годы в качестве основных стратегических задач ставятся совершенствование содержания и технологий образования, а также повышение эффективности управления в системе образования.

В ГОУ СОШ № 460 ЮОВОУ ДО города Москва на протяжении трех лет ведется экспериментальная работа по теме «Управление развитием образовательной деятельности учителей в рамках учебного учреждения» под руководством кандидата педагогических наук, доцента кафедры управления развитием школы МПГУ В.В.Лебедева.

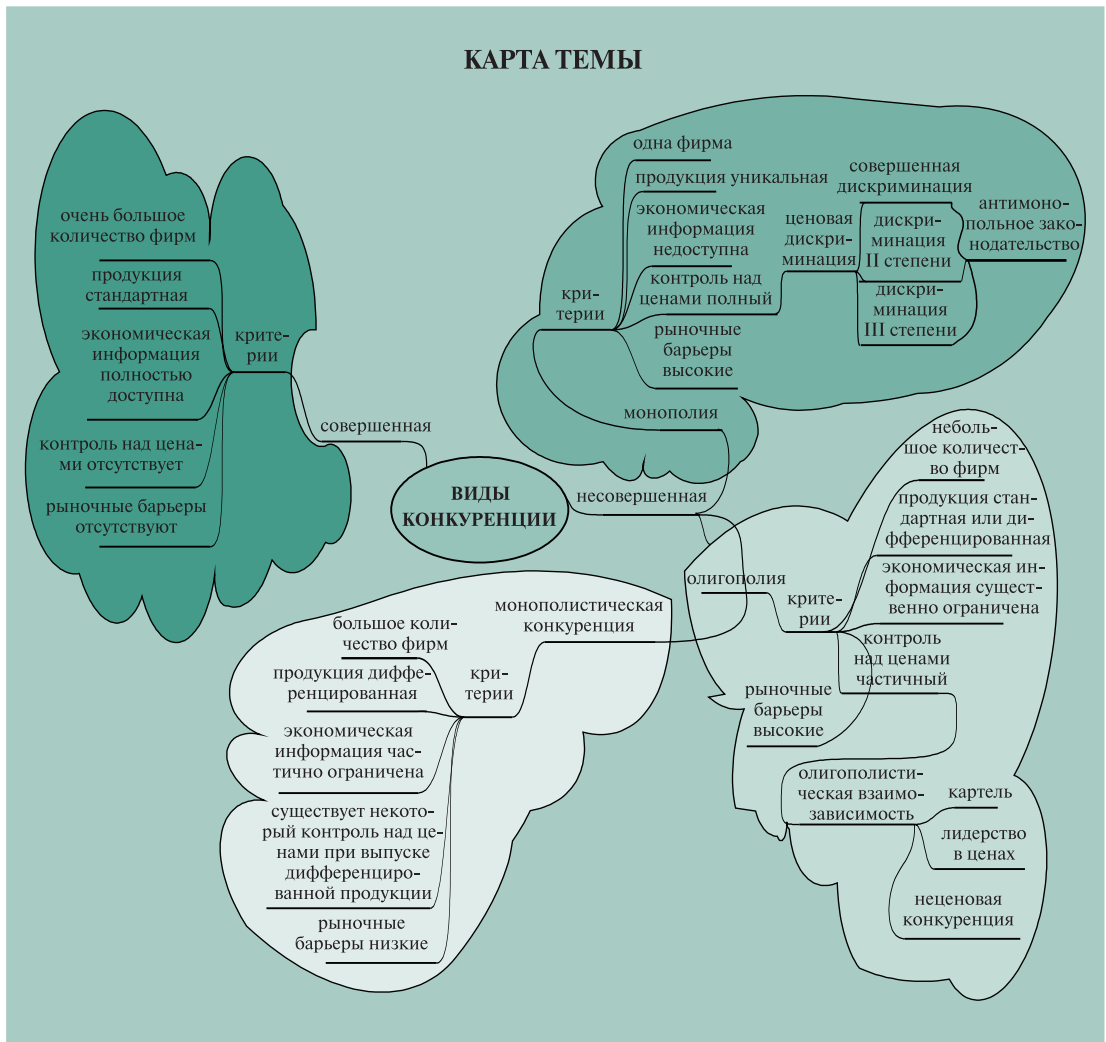
Как известно, в образовательном процессе участвуют как субъекты – учащийся и учитель, так и объекты – учебная информация и действия. В результате образовательный инструментарий учителя направлен на структурирование учебной информации и деятельности, а также на управление процессом их присвоения учащимися. Работа городской экспериментальной площадки «Управление развитием образовательной деятельности учителя в рамках учебного учреждения» направлена на разработку и апробацию образовательных надпредметных видов действий учителя, ориентированных на повышение качества образования, а также на управление школой в инновационном режиме деятельности.

Образовательная деятельность учителя включает:

- ✓ структурирование образовательной информации и действий (предметных, надпредметных и метадействий);
- ✓ структурирование, оптимальное с точки зрения возрастных характеристик, особенностей восприятия, запоминания и развития учащегося;
- ✓ конструирование системы прогнозируемых результатов учения учащихся, дифференцированных по уровню сложности;

- ✓ разработка и осуществление мониторинга, который создает целостную систему обратной связи относительно процесса учения каждого школьника и отслеживает уровень его успешности;
- ✓ конструирование и осуществление процесса достижения результата учащимся: открытой (гибкой), личностно-ориентированной системы упражнений и уроков, направленной на достижение каждым учащимся прогнозируемых образовательных результатов;
- ✓ развитие субъектного опыта школьника, повышающего уровень обучаемости и эффективности его социализации в окружающем социуме.

Учитель в своей деятельности начинает осознанно ориентироваться на двуполушарное восприятие и переработку информации учащимся. Так, всю информацию учебной темы в рамках рассматриваемой технологии представляют в виде карты темы<sup>1</sup>, в которой отражен понятийный аппарат темы и все виды деятельности. Кроме того, карты темы позволяют в наглядной форме анализировать, классифицировать, обобщать, сравнивать, развивать логику, которую О.С.Анисимов характеризует как логику уточнения.



<sup>1</sup> Карта темы создана с использованием подходов, разработанных Тонь Бюзен «Mind Map».

Умение, понимаемое учителем как присвоенное действие, переориентирует его работу по управлению процессом развития умений. Одной из основополагающих задач для него в этом контексте является структурирование действия, которое предопределяет систему заданий, задач, упражнений, входящих в особую поэтапную технологию присвоения действия школьником.

В качестве примера рассмотрим структурированный в рамках технологии «Достижение прогнозируемых результатов» материал темы «Конкуренция и рыночные структуры» учебника для 10 – 11-х классов «Основы экономической теории» (Под ред. С.И.Иванова. В 2-х кн. – М.: Вита-Пресс, 2005).

На основании карты учебной темы учителем разрабатываются прогнозируемые результаты обучения школьника. Система прогнозируемых результатов служит основанием для создания банка заданий для итоговой контрольной работы, которые составляют целостную систему мониторинга успешности обучения учащихся.

**Основные обобщенные, прогнозируемые результаты изучения темы «КОНКУРЕНЦИЯ И РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ» заключаются в том, что учащиеся:**

- ✓ знают типы рыночных структур;
- ✓ знают критерии видов конкуренции;
- ✓ умеют по предложенным критериям определять тип рыночных структур;
- ✓ умеют проводить анализ по основным критериальным признакам рыночной структуры с целью выявления различных типов отраслевых рынков товаров и услуг в ближайшем окружении (районе, округе, городе).

*Примечание.* Пять уроков по плану, четыре срезовые работы, одна итоговая работа. Для составления итоговой и срезовых работ использовалось пособие: Практикум по основам экономической теории / Под ред. С.И.Иванова. – М.: Вита-Пресс, 2005.

## ИТОГОВАЯ РАБОТА

### Задание первого уровня

*Каждому утверждению в левой колонке подберите продолжение из правой колонки таблицы*

А	Отсутствие входных барьеров на рынок характерно	1	для олигополии
Б	Рынок, представленный группой продавцов, объединенных соглашением о его разделе и общей ценой, характерен	2	для ценовой дискриминации
В	Ситуация, в которой общество несет потери из-за высоких цен при низком выпуске, более характерна	3	для совершенной конкуренции

Г	Рынок, на котором несколько продавцов могут оказывать воздействие на цену продукции в отрасли, характерен	4	для рынка совершенной конкуренции						
Д	Ситуация, когда назначаются разные цены на один и тот же товар, характерна	5	для совершенной конкуренции						
Е	Ограниченность ресурсов – главный фактор, формирующий ситуацию, характерную	6	для картеля						
Ж	Отсутствие кривой предложения характерно	7	для конкуренции						
З	Рынок с большим числом фирм, производящих взаимозаменяемые товары и услуги, характерен	8	для монополистического рынка						
И	Ситуация, в которой при любом объеме выпуска продукция продается по одинаковой цене, характерна	9	для монополии						
К	Чем меньше заменителей имеет продукт, тем ближе монополистическая конкуренция к ситуации, характерной	10	для монополистической конкуренции						
А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З	И	К

### Задание второго уровня

*В каждом случае имеется только одно правильное утверждение*

#### 1. Исследования экономистов показали, что в основу определения того, к какому типу относится та или иная рыночная структура, должны быть положены следующие критерии:

- А) доступность экономической информации, наличие сертификатов качества на выпускаемую продукцию, количество фирм на рынке;
- Б) количество фирм на рынке, доступность информации, характер производимой продукции;
- В) характер производимой продукции, количество фирм на рынке и свободный вход на рынок;
- Г) количество фирм на рынке, характер производимой продукции, наличие или отсутствие барьеров входа на рынок, степень доступности экономической информации, отсутствие контроля над ценами.

#### 2. Примером естественной монополии является:

- А) компания «Майкрософт»;
- Б) городской метрополитен;
- В) Сбербанк России;
- Г) международная организация «Красный Крест».

#### 3. Какой из следующих рынков более других соответствует условиям совершенной конкуренции?

- А) Рынок автомобилей.
- Б) Рынок пшеницы.
- В) Рынок труда.
- Г) Рынок верхней одежды.

### Задание третьего уровня (творческого)

*Верны ли следующие утверждения (Да – Нет)? Аргументируйте свое решение*

1. Свободный вход на монополизированный рынок невозможен.
2. Конкурентная фирма не может повлиять на рыночную цену.
3. Конкурентная фирма продает по рыночной цене столько, сколько захочет.
4. Обладание монополией всегда гарантирует прибыль.
5. Если предельные издержки фирмы превышают предельный доход, следует наращивать выпуск продукции.
6. Ценовая дискриминация выгодна только тогда, когда ценовая эластичность на обслуживание рынков одинакова.
7. При монополистической конкуренции легче основать новую фирму, чем при совершенной конкуренции.
8. На рынках совершенной конкуренции реклама – пустое дело.
9. На рынках олигополии продукция совершенно однородна.
10. В условиях монополизированного рынка отсутствует кривая предложения.

## РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УРОКОВ

Каждый урок направлен на реализацию диагностически выстроенных целей, которые являются промежуточными результатами (серия срезовых работ) в системе прогнозируемых результатов обучения учащихся.

### УРОК 1. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

#### *Прогнозируемые результаты урока:*

- ✓ Учащиеся знают термины: «совершенная конкуренция», «несовершенная конкуренция», «монополистическая конкуренция», «монополия», «олигополия».
- ✓ Учащиеся знают понятие «барьеры вступления в отрасль».
- ✓ Учащиеся умеют давать определения перечисленным понятиям и терминам.
- ✓ Учащиеся умеют анализировать критерии рыночных структур и на основе полученных данных определять вид конкуренции.

### Задание первого уровня

*К понятиям и терминам из левой колонки подберите соответствующие определения из правой колонки*

<p>1. Совершенная конкуренция                  2. Несовершенная конкуренция                  3. Монополия                  4. Олигополия                  5. Монополистическая конкуренция                  6. Барьеры вступления в отрасль</p>	<p><b>А)</b> Совокупность ограничений, препятствующих фирме производить определенный вид продукции  <b>Б)</b> Тип рыночной структуры, при котором несколько фирм продают стандартный или дифференцированный продукт при ограниченных возможностях контроля над ценами, наличии высоких рыночных барьеров и существенных ограничениях доступа экономической информации  <b>В)</b> Тип рыночной структуры, при котором множество фирм производит и продает стандартизированную продукцию, отсутствуют рыночные барьеры вхождения в отрасль, имеется полный доступ к экономической информации и ни одна из фирм не в состоянии влиять на рыночную цену  <b>Г)</b> Рыночные структуры, при которых в отрасли имеется одна, несколько или сравнительно большее число фирм, в той или иной степени осуществляющих контроль над ценами; структуры, при которых имеются барьеры для вхождения в отрасль, а также ограничения доступа к экономической информации  <b>Д)</b> Тип рыночной структуры, предполагающий, что единственная фирма производит и продает продукт; этот продукт является уникальным; фирма осуществляет полный контроль над ценой этого продукта; имеются очень высокие барьеры для вхождения в отрасль и сильно ограниченный доступ к экономической информации  <b>Е)</b> Тип рыночной структуры, предполагающий, что в отрасли имеется относительно большое число фирм, производящих дифференцированную продукцию и осуществляющих частичный контроль над ценами; имеются низкие барьеры для вхождения в отрасль и небольшие ограничения для доступа к экономической информации</p>
---	--

### Задание второго уровня

*Заполните таблицу*

Основные черты рыночной структуры	Рынок совершенной конкуренции	Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Количество фирм				
Тип продукции				
Степень сложности входа в рынок				
Доступность экономической информации				
Контроль над ценами				

### Задание третьего уровня

*Приведите примеры всех видов отраслевых рынков товаров и услуг вашего района. Аргументируйте ваш выбор, проведя анализ по всем основным критериальным признакам рыночной структуры*

## УРОК 2. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

### Прогнозируемые результаты урока:

- ✓ Учащиеся знают термины «прайс-тейкеры», «прайс-мейкеры», «общий доход фирмы», «общие издержки фирмы», «средний доход фирмы», «предельный доход фирмы», «предельные издержки фирмы», «оптимальный объем производства продукции», «состояние равновесия фирмы».
- ✓ Учащиеся умеют давать определения перечисленным понятиям и терминам.
- ✓ Учащиеся умеют анализировать предложенную информацию и выбирать наиболее полные и точные варианты ответа.
- ✓ Учащиеся умеют анализировать предложенную информацию и синтезировать верное решение ситуации.

### Задание первого уровня

К понятиям и терминам из левой колонки подберите соответствующие определения из правой колонки

1. ПРАЙС-ТЕЙКЕРЫ	А) ПРИРОСТ ИЗДЕРЖЕК ФИРМЫ, ВЫЗВАННЫЙ УВЕЛИЧЕНИЕМ ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ НА ОДНУ ЕДИНИЦУ
2. ПРАЙС-МЕЙКЕРЫ	Б) ВЕЛИЧИНА ОБЩЕГО ДОХОДА ФИРМЫ В РАСЧЕТЕ НА ЕДИНИЦУ ПРОДУКЦИИ
3. ОБЩИЙ ДОХОД (ОБЩАЯ ВЫРУЧКА) ФИРМЫ	В) ФИРМЫ, КОТОРЫЕ ФУНКЦИОНИРУЮТ В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ И ВОСПРИНИМАЮТ СЛОЖИВШИЕСЯ НА РЫНКЕ РАВНОВЕСНЫЕ ЦЕНЫ КАК ЗАДАННЫЕ
4. ОБЩИЕ ИЗДЕРЖКИ ФИРМЫ	Г) СОСТОЯНИЕ, В КОТОРОМ НАХОДИТСЯ ФИРМА, ЕСЛИ У НЕЕ ОТСУТСТВУЮТ МОТИВЫ К ИЗМЕНЕНИЮ СВОЕГО ПОЛОЖЕНИЯ
5. СРЕДНИЙ ДОХОД ФИРМЫ	Д) СУММА ИЗДЕРЖЕК ФИРМЫ, СВЯЗАННЫХ С ПРОИЗВОДСТВОМ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ПРОДУКЦИИ
6. ПРЕДЕЛЬНЫЙ ДОХОД ФИРМЫ	Е) ФИРМЫ, КОТОРЫЕ ФУНКЦИОНИРУЮТ В УСЛОВИЯХ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ И СПОСОБНЫ ВЛИЯТЬ НА УРОВЕНЬ ЦЕН
7. ПРЕДЕЛЬНЫЕ ИЗДЕРЖКИ	Ж) ОБЪЕМ ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ, ПРИ КОТОРОМ ФИРМА МАКСИМИЗИРУЕТ СВОЮ ПРИБЫЛЬ
8. ОПТИМАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ	З) ОБЩАЯ СУММА ДЕНЕГ, КОТОРУЮ ПОЛУЧАЕТ ФИРМА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ СВОЕЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ
9. СОСТОЯНИЕ РАВНОВЕСИЯ ФИРМЫ	И) ПРИРОСТ ОБЩЕГО ДОХОДА ФИРМЫ В РЕЗУЛЬТАТЕ УВЕЛИЧЕНИЯ ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ НА ОДНУ ЕДИНИЦУ

### Задание второго уровня

Укажите, какое из следующих положений является правильным (один вариант ответа)

#### 1. Для рынка совершенной конкуренции характерно, что:

- А) фирмы осуществляют неценовую конкуренцию;
- Б) фирмы не имеют собственной политики в области установления цен;
- В) фирмы производят дифференцированную продукцию;
- Г) новые фирмы могут входить в отрасль в короткий период.

#### 2. Для рынка совершенной конкуренции выполняются следующие условия:

- А) кривая спроса на продукт фирмы горизонтальна;
- Б) кривая спроса на продукт отрасли имеет отрицательный наклон;
- В) кривая общего дохода фирмы имеет положительный наклон.

**3. Конкурентная фирма при равновесии в долгосрочном периоде получает:**

- А) нормальную прибыль;
- Б) экономическую прибыль;
- В) положительную прибыль.

*Укажите, какие из следующих положений являются правильными (возможно несколько вариантов ответа)*

**4. Для условий совершенной конкуренции характерно:**

- А) наличие большого числа продавцов;
- Б) стандартный характер продукции;
- В) легкий вход новых фирм в отрасль;
- Г) активная реклама продукции.

**5. В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде:**

- А)  $MC = MR$ ;
- Б) цена равна долгосрочным  $ATC$ ;
- В)  $P > AVC$ ;
- Г)  $P < AVC$ .

**Задание третьего уровня**

*Заполните таблицу*

ВАРИАНТЫ СООТНОШЕНИЯ $P$ , $ATC$ И $AVC$	ПРИНИМАЕМОЕ РЕШЕНИЕ О ВЫПУСКЕ (ДА – НЕТ)
$P > ATC$	
$P = ATC$	
$P < ATC$	
$P < AVC$	

**УРОК 3. МОНОПОЛИЯ**

***Прогнозируемые результаты урока:***

- ✓ Учащиеся знают термины «естественная монополия», «ценовая дискриминация», «совершенная ценовая дискриминация», «государственная антимонопольная политика», «доминирующее положение хозяйствующего субъекта».
- ✓ Учащиеся умеют давать определения перечисленным понятиям и терминам.
- ✓ Учащиеся умеют анализировать предложенную информацию и обосновывать правильность выбранного ответа.
- ✓ Учащиеся умеют работать с выходными данными в табличной и графической формах и решать поставленные задачи.

**Задание первого уровня**

*К понятиям и терминам из левой колонки подберите соответствующие определения из правой колонки*



1. Естественная монополия
2. Ценовая дискриминация
3. Совершенная ценовая дискриминация
4. Государственная антимонопольная политика
5. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта

- А) Государственная экономическая политика, направленная против монополизации экономики, антиконкурентных слияний фирм и сговоров о ценах
- Б) Ценовая дискриминация, при которой фирма устанавливает особую индивидуальную цену на каждую единицу товара
- В) Фирма, которая использует положительный эффект масштаба производства и способна удовлетворять рыночный спрос с меньшими издержками, чем те издержки, которые образуются у нескольких конкурирующих фирм
- Г) Положение фирмы на товарном рынке, выражающееся в том, что ее доля в объеме реализуемой на рынке продукции составляет 65%
- Д) Продажа одной и той же продукции монополистом разным покупателям по неодинаковым ценам

### Задание второго уровня

Укажите, какие из перечисленных утверждений верны, а какие – ошибочны

1. Монополия всегда назначает максимально высокую цену на свою продукцию.
2. Монополия может увеличить продажи, если назначит более низкие цены.
3. По мере роста выпуска монополист обнаруживает, что общий доход сначала падает, а затем растет.
4. Одновременно с максимизацией прибыли монополист максимизирует и прибыль в расчете на единицу продукта.
5. Монополия – это фирма-прайс-мейкер.
6. Монополия может увеличить общую прибыль, дифференцируя цены на различных рынках.
7. При максимизации монопольной прибыли выполняется правило:  $P = MC$ .
8. Условие  $MR = MC$  является универсальным при определении оптимального выпуска любой рыночной структуры.

Какое из нескольких утверждений верно

#### 9. Наилучший пример чистой монополии – это:

- А) булочная рядом с вашим домом;
- Б) производитель пива;
- В) единственная авиалиния между вашим городом и столицей страны;
- Г) городское предприятие водоснабжения.

#### 10. Ценовая дискриминация – это:

- А) дифференциация цен в зависимости от качества продукции;
- Б) различия в оплате труда в зависимости от возраста, пола или национальности работника;
- В) установление разных цен для различных категорий потребителей.

#### 11. Если фирма-монополист максимизирует прибыль, то:

- А)  $TR > TC$ ;
- Б)  $AR > ATC$ ;
- В)  $AR > MC$ .

Какие из приведенных утверждений верны

**12. Важнейшие характеристики естественных монополий – это:**

- А) достижение значительной экономии на масштабах;
- Б) производство общественных благ;
- В) нерациональность конкуренции, так как это порождает высокие издержки для потребителя.

**13. Ценовая дискриминация не может осуществляться, если:**

- А) потребитель может перепродать продукт;
- Б) продукт является услугой;
- В) у продавца отсутствует возможность контролировать цену.

**Задание третьего уровня**

1. Объем продаж, цена и общие издержки (ден. ед.) фирмы-монополиста меняются следующим образом:

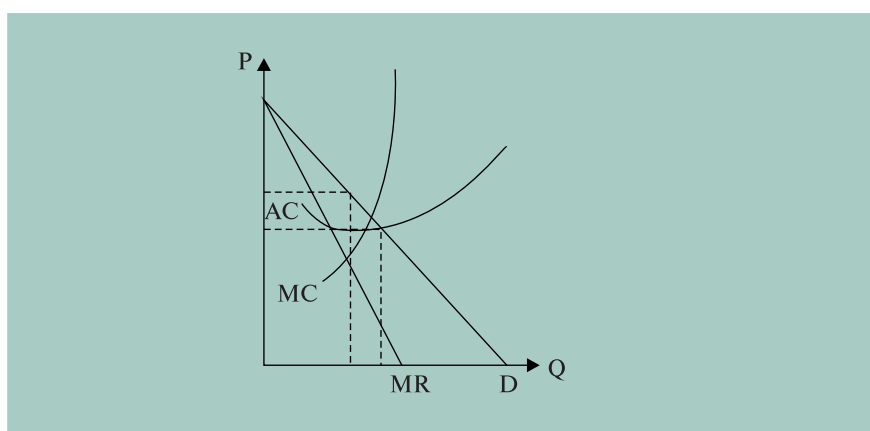
Выпуск	Цена	Издержки	Доход	П
0	50	40	0	- 40
1	45	50	45	- 5
2	40	70	80	+10
3	36	95	108	+13
4	30	125	120	- 5
5	25	165	125	- 40
6	20	225	120	- 105

Какую цену следует установить, чтобы максимизировать прибыль?

2. Проанализируйте график кривых дохода и издержек монополиста.

Отметьте на графике:

- А) объем выпуска, дающий максимум прибыли;
- Б) цену, по которой монополист будет продавать данный объем продукции;
- В) площадь, отражающую прибыль монополии.
- Г) Покажите, как повлияет на поведение фирмы-монополиста снижение рыночного спроса на его продукцию.



**3.** Фирма-монополист запланировала выпуск продукции на год с показателями:

Цена продажи ( $P$ ), долл./шт.	400	375	350	325	300
Объем продаж ( $Q$ ), тыс. шт.	40	50	70	95	105
Общие издержки ( $TC$ ), тыс. долл.	17 500	19 700	22 800	26 000	28 000
Постоянные издержки	7500				

Методом сопоставления общих показателей найдите наиболее выгодные варианты для фирмы по цене и объему реализации.

## УРОК 4. ОЛИГОПОЛИЯ. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

### *Прогнозируемые результаты урока:*

- ✓ Учащиеся знают термины «олигополистическая взаимозависимость», «картель», «лидерство в ценах», «неценовая конкуренция», «дифференцированная продукция».
- ✓ Учащиеся умеют давать определения перечисленным понятиям и терминам.
- ✓ Учащиеся умеют анализировать предложенную информацию и обосновывать правильность выбранного ответа.
- ✓ Учащиеся умеют анализировать предложенный текст с целью оценивания ситуации и принятия оптимального решения.

### Задание первого уровня

*К понятиям и терминам из левой колонки подберите соответствующие определения из правой колонки*

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Олигополистическая взаимозависимость</li> <li>2. Картель</li> <li>3. Лидерство в ценах</li> <li>4. Неченовая конкуренция</li> <li>5. Дифференцированная продукция</li> </ol>	<p><b>А)</b> Ценовая политика фирм в условиях олигополистической структуры рынка, когда фирмы данной отрасли устанавливают цены на свою продукцию, следуя за одной из фирм (как правило, крупнейшей) данной отрасли</p> <p><b>Б)</b> Различные виды взаимозаменяемых изделий, удовлетворяющих одну и ту же потребность</p> <p><b>В)</b> Необходимость учета реакции фирм-конкурентов на поведение данной фирмы, когда на рынке действует небольшое количество крупных фирм</p> <p><b>Г)</b> Методы конкурентной борьбы, состоящие в переходе на выпуск продукции более высокого качества, надежности и долговечности, а также в усилении роли рекламы</p> <p><b>Д)</b> Сговор между небольшой группой фирм-олигополистов в целях установления цен и ограничения объема выпуска продукции или ее продаж</p>
--	--

### Задание второго уровня

*Укажите, какие из перечисленных утверждений верны, а какие – ошибочны*

- А) Картель – это олигополистическая структура рынка, на котором действует небольшое число фирм, вступивших между собой в сговор о ценах.

- Б) Продукция, производимая в условиях олигополии, может быть как стандартной, так и дифференцированной.  
 В) Для олигополии характерна неценовая конкуренция.  
 Г) Рынок монополистической конкуренции отличается от рынка совершенной конкуренции наличием дифференцированной продукции.  
 Д) Издатель учебника «Основы экономической теории» реализует свою продукцию на рынке монополистической конкуренции.  
 Е) В долгосрочном периоде фирма в условиях монополистической конкуренции получает нулевую экономическую прибыль.

*Рассмотрите представленную таблицу и укажите, сочетание каких двух признаков характеризует олигополистическую структуру рынка*

	Число фирм	Доля выпуска каждой фирмы
А	Большое	Значительна
Б	Большое	Незначительна
В	Несколько	Значительна
Г	Не очень большое	Незначительна

*Укажите, какое из приведенных утверждений является правильным*

**Олигополистическая взаимозависимость означает, что:**

- А) каждая фирма производит продукцию, похожую, но не идентичную той, которую производят конкуренты;  
 Б) все фирмы производят одну и ту же продукцию;  
 В) каждая фирма должна учитывать реакцию конкурентов, когда она проводит определенную ценовую политику;  
 Г) каждая фирма несет убытки из-за неустойчивости рыночных цен.

**Задание третьего уровня**

Для оценки степени монопольной власти и уровня конкурентоспособности рассчитывают индекс концентрации рынка, то есть оценивают долю продаж для определенного числа фирм (часто для четырех самых крупных). Предположим, что доля первой фирмы 70%, второй – 10%, третьей и четвертой – по 1%. Можно рассчитать индекс суммированием долей, а можно – суммированием квадратов долей. В чем преимущества второго метода?

**Дополнительное чтение 1**

Опрос руководителей российских предприятий позволил составить таблицу.

**Частота упоминания способов повышения конкурентоспособности продукции по размерам предприятий, %**

Способ	Численность занятых, человек		
	до 200	201 – 1000	свыше 1000
ИЗУЧЕНИЕ ЗАПРОСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	61	82	77
СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК	48	55	66

Способ	Численность занятых, человек		
	до 200	201 – 1000	свыше 1000
РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ	27	35	56
ИЗУЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОВ	23	33	46
СОЗДАНИЕ НОВЫХ ПРОДУКТОВ	61	68	63
МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБОРУДОВАНИЯ			

При этом основным способом повышения конкурентоспособности считается изучение запросов потребителей. Лишь предприятия пищевой промышленности упоминают этот способ реже. Рекламой как способом привлечения клиентов интересуются в наибольшей степени машиностроительные заводы. Крупные предприятия уделяют этому в два раза больше внимания. Для пищевой промышленности проблема утраты старых и поиска новых потребителей менее актуальна. Частота упоминания снижения издержек производства увеличивается с размером предприятия и выглядит вполне естественно. 52% респондентов посчитали, что конкуренция никак не влияет на размеры производства. Среди указавших, что конкуренция влияет на размеры производства, большая часть считают, что это влияние отрицательно (*Финансовые известия*. – 1995. – № 44).

Обсудите результаты опроса. Укажите, какие, по вашему мнению, данные о способах повышения конкурентоспособности отражают условия той или иной рыночной структуры.

### Дополнительное чтение 2

Железнодорожники считают, что ныне действующее государственное регулирование и ограничение предельного роста тарифов в отрасли не учитывают реально складывающихся темпов увеличения цен в промышленности на продукцию, потребляемую транспортом. После 1990 года бюджетное финансирование отрасли постоянно сокращалось, и сегодня тарифы остались практически единственным источником жизнеобеспечения отрасли. Специалисты МПС считают, что регулировать тарифы следует не по отдельным видам транспорта, а по сегментам транспортного рынка в зависимости от развития на нем конкуренции. Первый сегмент – с развитой конкуренцией между различными видами транспорта и избытком предложения, второй – с преобладанием перевозчиков-немонополистов и третий – где перевозки находятся исключительно в сфере деятельности естественной монополии – железных дорог (*Финансовые известия*. – 1997. – № 5).

Обсудите мнение специалистов МПС относительно регулирования тарифов по отдельным видам транспорта. Следует ли учитывать особенности рыночной структуры, которая характерна для того или иного вида транспорта?

\* \* \*

В рамках технологии для успешности достижения прогнозируемых результатов составляется таблица взаимосвязи заданий поурочных срезовых работ с заданиями итоговой контрольной работы. Таким образом, все обучающиеся получают полноценную подготовку к итоговому контролю, что способствует повышению уровня комфортности учащихся в стрессовой ситуации контрольной работы.

Тема \ Номер задания итоговой работы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	СРЕЗОВЫЕ РАБОТЫ
Типы рыночных структур	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	
Совершенная конкуренция	2*	2*		2*			2*	2*		2*		2*	2		
Монополия	3*	3*	3*		3	3			3	3*	3	3*	3		
Олигополия Монополистическая конкуренция	4*	4*					4*	4*						4*	
Итоговая работа															

Номер срезовой работы, обозначенный цифрой со звездочкой, указывает, что материал данного урока работает на указанное задание итоговой работы частично, а без звездочки – полностью.

По итогам учителем составляется карта результативности изучения темы, на основании которой проводится анализ успешности усвоения материала.

### Карта результативности изучения темы

№ п/п	Класс, количество учащихся	Средний балл по срезовым работам	Итоговая работа
		1	Число учащихся. Усвоение на уровне:
		2	0 (2)    m =
		3	
		4	I (3)    n =
		5	
			II(4)    k =
			III(5)    l =
		Общий средний балл	Общий средний балл
		Качество усвоения по формуле: $\frac{2m + 3n + 4k + 5l}{5(m + n + k + l)} \times 100\%$	Качество усвоения по формуле: $\frac{2m + 3n + 4k + 5l}{5(m + n + k + l)} \times 100\%$

### Итак, что дает данная технология учащимся и их родителям?

**Во-первых**, дружественную им и их детям организацию, ориентированную на успешное и эффективное достижение детьми прогнозируемых ими и учебным учреждением результатов за счет:

- ✓ прозрачности и открытости промежуточных и итоговых результатов, к которым должен прийти каждый обучающийся, что позволяет учащимся, их родителям и учителям контролировать и корректировать процесс усвоения знаний;
- ✓ выбора не только уровня, на котором учащийся желает изучать предмет, но и возможности учиться в зоне своего ближайшего развития;
- ✓ особой позитивно-мотивирующей системы оценивания уровня успешности учения обучающихся, которая не зависит от субъективного мнения педагога.

**Во-вторых**, целостную личностно-ориентированную образовательную систему, готовую и желающую развивать субъектный опыт ребенка.

**В-третьих**, способствует целенаправленной подготовке обучающихся к ЕГЭ.

Образовательная технология «Достижение прогнозируемых результатов» открывает перед учебным учреждением перспективы для решения важнейшей проблемы образования – выстраивание значимых для учащегося, его родителей и учебного учреждения целей и способов качественного, эффективного их достижения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимов О.С. Педагогическая акмеология: общая и управленческая. – Минск: Технопринт, 2002.
2. Бьюзен Т. Супермышление. – Минск, 2003.
3. Дилтс Р., Эпстайн Т.А. Динамическое обучение. – Воронеж, 2001.
4. О'Коннор Дж. Искусство системного мышления. – София, 2001.
5. Лебедев В.В. Как стать эффективным учителем и администратором. – М.: Первое сентября, 1998.
6. Лебедев В.В. Образовательная технология «Достижение прогнозируемых результатов». – М., 2005.
7. Федеральная целевая программа развития образования на 2006 – 2010 годы.