

EĞİTİM VE BİLİM BAKANLIĐI
EĞİTİMİ GELİŞTİRME BÜROSU



Müfredat

Yenilikçilik ve Girişimcilik
VII, VIII yada IX sınıflar için

- Yenilikçilik ve girişimcilik serbest seçmeli dersi 2024/25 eğitim-öğretim yılında 7. sınıfta seçilebilir, 2025/26 eğitim-öğretim yılında ise 7. sınıf ve 8. sınıfta ve 2026/2027 eğitim-öğretim yılından itibaren ise 7. sınıftan 9. sınıfa kadar öğrenciler tarafından seçilebilecektir.

Üsküp, 2024 yılı

ULUSAL STANDARTLAR İLE BAĞLANTISI

Müfredat aşağıdaki alanlardan ilgili yeterlilikleri içerir: VII. Teknik, teknoloji ve girişimcilik.

Öğrenci şunları bilir ve/veya yapabilir:

VII-A.1	bilimlerden elde edilen bilgileri teknik ve teknolojideki uygulamalarıyla ve günlük yaşamla ilişkilendirmek;
VII-A.2	toplumun gelişimi için inovasyon ihtiyacını açıklamak;
VII-A.3	ileri teknik ve teknolojik sistemlerin/ürünlerin insanların günlük yaşamlarını nasıl iyileştirdiğini açıklamak;
VII-A.4	ürün ve/veya hizmetlere yol açan fikir ve tasarım faaliyetleri üretmek;
VII-A.5	kültürel, sosyal veya ticari değeri olan basit projeler başlatmak, gerekli kaynakları ve olası riskleri dikkate alarak bunların uygulanmasını planlamak ve uygulamaya ilişkin rapor yazmak;
VII-A.6	Yararlı değeri olan bir ürün yapmak, ürünü uygun malzemeler, araçlar ve prosedürler kullanarak yapmak ve işlevselliğini kontrol etmek için bir plan geliştirmek;
VII-A.7	kazançlar, maliyetler ve harçlar dahil olmak üzere ürünlerin fiyatını belirlemek;
VII-A.8	belirli bir ürün için logo, slogan, sunum, web sitesi vb. kullanarak reklam kampanyası tasarlamak ve uygulamak;
VII-A.9	önceden kabul edilen kurallara göre ve tüm ekip üyelerinin rol ve katkılarına sürekli saygı göstererek ekip çalışmasına aktif olarak katılmak;
VII-A.10	toplum ekonomisinin gelişmesinde girişimciliğin önemini açıklamak;
VII-A.11	işgücü piyasasının ihtiyaçlarını dikkate alarak, kişinin kendi ilgi alanlarına, yeteneklerine ve fırsatlarına dayalı olarak ileri eğitim konusunda karar vermek;
VII-A.13	elindeki parayı dağıtmayı ve/veya harcamayı rasyonel ve ekonomik olarak planlamak;

Öğrenci şunları anlar ve kavrar:

VII-B.1	yeniliklerin ve girişimciliğin toplumun ekonomik kalkınması ve bireyin ve toplumun sosyal ve mali durumunun iyileştirilmesi için önemlidir;
VII-B.2	kişisel, sosyal ve finansal fayda sağlayan başarılı fikirler yaratıcılığın, inisiyatifin, özverinin ve azmin sonucudur;
VII-B.3	İnisiyatif, kişisel yaşamda ve toplum yaşamında değişiklik yapmanın temel koşuludur ve değişikliklerin başarısı, zorluklarla yüzleşmek ve/veya risk almakla ilgilidir;
VII-B.4	iş ahlakı, kültürel duyarlılık ve başkalarına karşı tutum, olumlu bir çalışma ortamının yaratılması ve sürdürülmesi açısından önemlidir;
VII-B.5	Kaynaklar sınırsız değildir ve sorumlu bir şekilde kullanılması gerekir.

Müfredat, Ulusal Standartların aşağıdaki alanlarından ilgili yeterlilikleri içerir: I. Dil okuryazarlığı, III. Matematik ve Doğa Bilimleri, IV. Dijital Okuryazarlık ve V. Kişisel ve Sosyal Gelişim

Öğrenci şunları bilir ve/veya yapabilir:

I-A.1	düşünce, duygu, bilgi ve tutumlarını farklı iletişim durumlarında, farklı medya aracılığıyla ve farklı amaçlarla ifade etmek ve aktarmak;
I-A.2	farklı yazılı anlatım biçimlerini bilmek ve kullanmak: edebi (şiir, öykü, sunum/konuşma, edebi makale, günlük vb.) ve edebi olmayan (tematik makale, rapor, istek, duyuru, reklam vb.);
I-A.3	görüşlerini tartışmacı bir şekilde ifade ederek eleştirel ve yapıcı bir diyaloga öncülük etmek;

I-A.5	dinleyici kitlesini (yaş ve etnik/kültürel çeşitlilik) dikkate alarak, farklı içerikte ve farklı amaçlara yönelik bir konuşma hazırlamak ve sunmak;
I-A.10	görsel olarak sunulan içerikleri (diyagramlar, tablolar ve grafikler, illüstrasyonlar, animasyonlar vb.) anlamak: görsel olarak sunulan içerikleri ayırabilmek, analiz edebilmek, değerlendirebilmek/değerlendirebilmek ve özetleyebilmek ve bunları açıklayabilmek (yazılı ve sözlü);
I-A.12	sunulan bilgilerin kaynağını, bağlamını, amacını ve güvenilirliğini dikkate alarak farklı kaynak ve mecralardan gelen bilgileri kullanmak ve bunlara eleştirel yaklaşmak;
III-A.3	kişisel veya hane maliyesi ile ilgili basit sorunlar da dahil olmak üzere yüzdelerdeki azalma veya artışı incelemek (örneğin faiz, indirim, kar, zarar ve vergi);
III-A.23	tabloları, grafikleri ve diyagramları yorumlamak, sonuçları karşılaştırmak ve belirlenen hipotezin doğruluğu hakkında sonuçlar çıkarmak;
III-A.25	sonuçların nasıl kontrol edileceğine karar verin ve sorunun bağlamında cevabın makul olup olmadığını düşünün;
III-A.26	problem çözmede farklı yaklaşımların etkinliğini değerlendirmek ve çözüm prosedürünü geliştirmek;
III-A.27	farklı problem durumlarını çözmek ve bilgiyi kontrol etmek için matematiksel uygulamaları kullanmak;
III-A.29	fikirleri dikkate almak ve seçmek, varsayımları (hipotezleri) gözlemlenmek, tahmin etmek ve oluşturmak, kanıtları toplamak ve değerlendirmek, tahminleri kontrol etmek, araştırmayı planlamak, organize etmek ve yürütmek, sonuçları kaydetmek, işlemek, analiz etmek ve sunmak, sonuçları değerlendirmek ve tartışmak;
III-A.33	bilim, teknoloji ve insan faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkisini araştırmak ve tartışmak;
III-A.51	insan ve çevre arasındaki etkileşimi açıkla ve insanın çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini belirler;
III-A.52	sürdürülebilir kalkınmanın anlamını ve ihtiyacını anlamak ve ekonomik-teknolojik gelişme ihtiyacı ile çevrenin korunması arasında çıkar çatışmasının olduğu durumları eleştirel bir şekilde analiz etmek;
III-A.53	ekolojik, sosyal ve ekonomik sistemler arasındaki ilişkileri yerelden küresel düzeye analiz etmek;
IV-A.4	bir sorunu analiz etmek, bunun araştırılması ve çözümü için bir fikir ve plan geliştirmek ve BİT'in ne zaman ve ne için kullanılacağını planlamak için başkalarıyla işbirliği içinde;
IV-A.5	Hangi bilgilere ihtiyaç duyduğunu belirlemek, dijital verileri, bilgileri ve içeriği bulmak, seçmek ve indirmek ve bunların özel ihtiyaç

	ve kaynağın güvenilirliği ile ilgisini değerlendirmek;
IV-A.6	veri işleme için farklı araçları seçmek ve kullanmak, verileri analiz etmek ve kullanım kurallarına uyarak farklı şekillerde sunmak;
IV-A.8	dijital içeriği, eğitimsel ve sosyal ağları ve dijital bulutları güvenli ve sorumlu bir şekilde kullanmayı;
V-A.4	kendi yeteneklerini ve başarılarını (güçlü ve zayıf yönleri dahil) değerlendirmek ve buna dayanarak gelişimini ve ilerlemesini sağlayacak öncelikleri belirlemek;
V-A.8	Kendi zamanını, belirlenen hedeflere verimli ve etkili bir şekilde ulaşmasını ve kendi ihtiyaçlarını karşılamasını sağlayacak şekilde düzenlemeyi;
V-A.9	kendi eylemlerinin ve başkalarının eylemlerinin kendisi ve başkaları için sonuçlarını öngörmek;
V-A.10	kendisinin ve başkalarının eylemlerinde doğru ve yanlış değer verirken etik ilkeleri uygulamak ve erdemli karakter özelliklerini (dürüstlük, adalet, saygı, sabır, özen, nezaket, minnettarlık, kararlılık, cesaret ve öz disiplin gibi) ortaya koymak;
V-A.11	Kimden, ne zaman ve nasıl yardım isteyebileceğinin bilincinde olarak bağımsız hareket etmek;
V-A.15	ortak hedeflere ulaşmada başkalarıyla işbirliği yapmak, kendi görüş ve ihtiyaçlarını başkalarıyla paylaşmak ve başkalarının görüş ve ihtiyaçlarını dikkate almak;
V-A.18	sorunları ortaya çıkarmak, bilgi ve önerileri analiz etmek, değerlendirmek ve varsayımları kontrol etmek amacıyla araştırmak, ilgili sorular sormak;
V-A.19	sonuçlar çıkarmak ve rasyonel kararlar vermek için önerilerde bulunmak, farklı olasılıkları değerlendirmek ve sonuçları tahmin etmek.

Öğrenci şunları anlar ve kavrar:

I-B.2	Dilin farklı bağlam ve ortamlarda, farklı biçimlerde kullanılması etkili iletişim ve etkileşimi mümkün kılar (iletişimin kiminle yapıldığı daima akılda tutulmalıdır);
I-B.4	Düşünceyi ifade etmenin içeriği ve şekli, iletişimin sürdürülmesine ve geliştirilmesine katkıda bulunabileceği gibi, aynı zamanda yanlış anlamalara ve çatışmalara da neden olabilir;
III-B.2	matematik bilgisi günlük yaşamın birçok alanında uygulama alanı bulur;
III-B.3	matematik bilgisi diğer konulardan ve bilimsel disiplinlerden bilgi edinmek için gereklidir;

III-B.6	Dünyanın doğal kaynakları sınırlıdır ve bunların sorumsuz kullanımı yaşam kalitesi açısından sonuçlar doğurmaktadır;
III-B.7	küresel ısınma, tüm gezegendeki canlı ve cansız dünya için sonuçları olan doğal afetlere yol açar;
III-B.8	her bireyin yakın çevresi ve ötesindeki doğal çevrenin korunmasından sorumlu olduğunu, çevre bilincini geliştirmesi, çevrenin korunması ve sürdürülebilirliği doğrultusunda hareket etmesi gerekir;
IV-B.1	Dijital okuryazarlık günlük yaşam için gereklidir; öğrenmeyi, yaşamı ve çalışmayı kolaylaştırır, iletişimin, yaratıcılığın ve yenilikçiliğin genişlemesine katkıda bulunur, eğlence için çeşitli fırsatlar sunar;
IV-B.2	BİT'in sorumsuz ve beceriksiz kullanımının sonuçları vardır ve bireye veya topluma riskler getirebilir;
IV-B.3	BİT'in potansiyelinin artacağı, izlenilmesi ve kullanılması gerektiği, ancak aynı zamanda dijital cihazlar aracılığıyla elde edilen veri ve bilgilerin güvenilirliği, gizliliği ve etkisi konusunda da eleştirel bir yaklaşım sergilenmesi gerekir;
IV-B.4	dijital alanda kimliğin, mahremiyetin ve duygusal güvenliğin korunmasının sağlanması, nefret söylemi ve siber şiddet kullanılmaması ve dijital topluluklarda iletişim kural ve normlarına saygı gösterilmesi önemlidir;
IV-B.5	dijital alanda mevcut olan bilgilerin etik olarak, tanımlanmış kurallara göre ve insanların iyiliği için kullanılması gerekir;
V-B.4	Yaptığı her eylemin kendisi ve/veya çevresi için sonuçları vardır;
V-B.6	Hayattaki başarı büyük ölçüde kendisi için belirlediği hedeflere bağlıdır ve belirlenen hedeflere ulaşmadaki verimlilik ve etkinlik büyük ölçüde faaliyetlerini nasıl planladığına ve zamanını nasıl organize ettiğine bağlıdır.

ÖĞRENME ÇIKTILARI

Konu 1. Girişimci bakış açısı

Bilgiler/beceriler:

- Yaratıcılık, yenilik ve icat arasında ayrım yapın.
- Girişimciyi ve girişimciliği tanımlar.
- Girişimci yaşam tarzını ve kariyerini açıklar.

- Girişimciyi fırsat arayan ve problem çözücü olarak tanımlar.
- Girişimciliğin büyümesini teşvik eden faktörleri açıklar.
- Girişimcilik sürecini açıklar.
- Sorunları çözmek, fikir üretmek ve kariyer seçimleri yapmak için araç ve teknikleri kullanır.

Tutumlar/değerler:

- Yenilik ve girişimciliğin ekonomik kalkınma için önemli olduğunu kabul eder.
- Girişimciliğin geçerli bir kariyer seçimi olduğuna inanır.

İçerik (ve kavramlar) ve ders sayısı

Etkinlik örnekleri:

- **Yaratıcılık, yenilikçilik ve buluş (yaratıcılık, yenilik, buluş, ürün, hizmet)**
ders sayısı: 2

- Öğrencilere YARATICILIK, YENİLİK ve ENVANTER terimlerinin tanımına ilişkin ifadelerin listelendiği bir çalışma sayfası verilir. Öğrencilerin terimleri doğru ifadelerle eşleştirmeleri gerekmektedir. Yani:
YARATICILIK - Sorunları çözmeye, fırsatları fark etmeye ve yaratmada kullanılabilecek fikirler üretme yeteneği.
YENİLİK – Mevcut bir ürüne, hizmete veya sürece değer katan bir değişiklik.
BULUŞ: Daha önce ortaya çıkan fikirlere ve ürünlere dayanmasına rağmen belirli bir soruna yeni bir çözüm sunan tamamen yeni bir ürün, hizmet veya süreçtir.
Beyin fırtınası tekniğiyle öğrenciler yaratıcılık, yenilikçilik ve buluş konularında örnekler verirler.
- Öğrenciler, belirli ürün veya hizmetlere yönelik yaratıcı çözüm örneklerinin yer aldığı görsel bir sunumu izlerler (örneğin, dünyanın en popüler dondurulmuş gıdalarından biri olan çubuktaki dondurma, 11 yaşında bir çocuk tarafından icat edilmiştir, vb.). Gruplar halinde öğrenciler kendileri için en ilginç olanı veya ders sırasında hangi yeni bilgiyi öğrendiklerini tartışır.
- Öğrenciler iki gruba ayrılır. Birinci grup öğretmenin belirteceği bazı yenilikçileri araştırır, ikinci grup ise onların yeniliklerini araştırmalıdır. Poster üzerinde veya koşullar varsa dijital biçimde de olabilir (örneğin Canva'da), öğrenciler yenilikçiler ve onların yenilikleri hakkında araştırdıklarını grafiksel olarak temsil ederler. Yardımcı olmak için öğrencilere yenilikçilerin ve yeniliklerin fotoğrafları önceden verilebilir. Öğrenciler araştırmalarını

	<p>duvara asarlar veya dijital ortamda ise araştırmanın yapıldığı cihazdan (kişisel bilgisayar, dizüstü bilgisayar, tablet) sunarlar. Daha sonra öğrenciler sınıf arkadaşlarının yaptığı araştırmayı görürler. Sonunda şu soruları yanıtlayan bir tartışma geliştirirler: Yenilikçiler ve onların yeniliklerinin ortak noktası nedir? Yenilikçiler ve araştırdıkları yenilikler birbirleriyle nasıl ilişkilidi veya birbirleriyle nasıl etkilendi? İnovasyon hangi sorunu çözer? vesaire.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Fırsat arayan ve problem çözücü olarak girişimci• Girişimci yaşam tarzı ve kariyer (girişimcilik, girişimci, fırsat, problem çözme, kariyer, girişimcilik ortamı) <p>ders sayısı: 2</p>	<ul style="list-style-type: none">• Beyin fırtınası yoluyla (Mentimeter, Kahoot, Google Forms, MS Forms, vb. kullanabilirsiniz) öğrenciler şu soruyu cevaplarlar: Başarılı bir girişimciyi karakterize eden nedir? Tartışma yoluyla öğrenciler başarılı bir girişimcinin profilini geliştirirler. Öğrenciler girişimciyi, çözümünün çözdüğü soruna ve müşteri memnuniyetine bağlamaya çalışırlar.• Öğrencilerin bir misafiri - girişimcisi vardır (örn. ebeveyn/vasi - iş adamı veya yerel toplumdaki temsilci). Konuğun ziyaretinden önce öğrenciler, girişimci yaşam ve kariyer biçimini, yani girişimcinin fırsat arayan ve karşılaştığı avantajlar ve zorluklar hakkında bilgi edinmek için girişimciye soracakları soruları (en az 10) hazırlarlar (örneğin, sizi girişimcilik yolunu seçmenize ne sebep oldu? Hangi sorunu ve nasıl belirlediniz? Bu sorunu nasıl çözebileceğiniz konusunda uzun süre düşündünüz mü? Bu sorunu çözmek için ne yaptınız?).• Öğrenciler bireysel olarak girişimci olmak istediklerini varsayarlar. Bir kağıt üzerinde (veya kişisel bilgisayarda, dizüstü bilgisayarda, tablette) şu soruları yanıtlıyorlar: Ürün veya hizmetleri hangi sorunları herkesin yararına çözebilir?; Ürün/hizmetleriyle yerel toplulukta veya toplumda nasıl bir değişiklik görmek istiyorlar? Cevaplarını sınıf arkadaşlarına sunarlar.
<ul style="list-style-type: none">• Girişimciliğin büyümesini teşvik eden faktörler• Girişimcilik süreci (faktörler, girişimcilik süreci) <p>ders sayısı: 2</p>	<ul style="list-style-type: none">• Öğrenciler bambaşka bir uzmanlık alanında başarılı bir girişimci olan bir kişi hakkında bir makale okurlar. Örneğin, fast food şirketi KFC (Kentucky Fried Chicken), emekli albay Harland Sanders tarafından kuruldu. Tartışma yoluyla öğrenciler girişimciliğin büyümesini teşvik eden faktörleri belirler:<ul style="list-style-type: none">- işsizlik veya işsiz kalmak;- yeni bir şey yaratmanın heyecanı ve eğlencesi;- emeklilik ve daha uzun yaşam beklentisi (çoğu insan emekli olduktan sonra bile çalışmak ve aktif olmak ister);

	<ul style="list-style-type: none">- Girişimciliğin geçerli bir kariyer seçeneği olduğu konusunda farkındalığın artırılması;- Bir sorunu çözme seçeneği olarak girişimcilik. <ul style="list-style-type: none">• Gruplar halinde öğrenciler sözde girişimcilik sürecini çizerler "girişimcilik saati". Önceki faaliyetlerden elde edilen bilgileri kullanarak girişimcilik sürecini oluşturan tüm unsurları listeliyorlar: girişimci, fikirler, fırsat arayışı, iş modeli, start-up, finans, ürün/hizmetler, müşteriler vb. tüketiciler, insan kaynakları, yönetim, pazarlama. Daha sonra öğrenciler her bir unsuru ayrı ayrı tartışarak, girişimcilik sürecinin başarılı bir şekilde yürütülmesi için her birinin rolünü ve diğer unsurlarla olan ilişkisini ayrı ayrı açıklarlar. Girişimcilik sürecinin işlediği çevreye ve bunun üzerindeki etkisine de vurgu yapılıyor.
<ul style="list-style-type: none">• İş dünyasında başarıyı nasıl tanımlarız (girişimcinin etik ve kurumsal sorumlulukları, işin sosyal sorumluluğuna karşı kar elde etmek) (başarı, kâr, sosyal sorumluluk, etik akıl yürütme ve yansıtma) ders sayısı: 2	<ul style="list-style-type: none">• Küçük gruplara ayrılan öğrencilere "Girişimciliğin Gücü: Ünlü Başarı Öyküleri" konulu bir makale yazmaları için ev ödevi verilir. Öğrenciler başarılı girişimcileri ve bunların iş dünyasında yarattıkları ve genel olarak dünyaya iz bırakan etkilerini araştırırlar (örneğin: Elon Musk, Francois Bettencourt Meyer, Steve Jobs, Richard Brunson, Oprah Winfrey, Rihanna, Mate Rimac, vb.) . Yazılarını sınıfta arkadaşlarının önünde sunarlar. Daha sonra verilen konu üzerinde bir tartışma yürütürler ve kâr elde etmenin mi yoksa işletmenin sosyal sorumluluğunun mu olduğu konusunda bir sonuca varırlar.• Öğrenciler çiftler halinde şu soruyu yanıtlayarak tartışırlar: Hangisi daha önemli: kâr etmek mi yoksa sosyal sorumluluk mu? Öğrenciler aynı zamanda başarılı ancak aynı zamanda sosyal sorumluluk sahibi olarak kabul edilen şirketlere örnekler vererek onları sosyal açıdan sorumlu yapan şeyin ne olduğunu açıklarlar (örneğin, çevre korumaya yönelik faaliyetler uygulamak ve yatırım yapmak, sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmak, israfı azaltmak, kaynakların rasyonel kullanımı, yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapmak vb.)

Konu 2. Fikirler ve olasılıklar

Bilgiler/beceriler:

- Yerel, bölgesel ve küresel iş fırsatlarını tanırlar.
- Çeşitli sektörlerdeki potansiyel fırsatların kaynaklarını belirler.
- Tüketici ihtiyaçlarını araştırmanın yollarını tanımlar.
- Çevrenin korunması (sürdürülebilir kalkınma) perspektifinden işin çevresel, ekonomik ve sosyal sonuçlarını açıklar.

- Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için ulusal hükümetlerin neler yaptığını ve iklim değişikliğiyle mücadele için hangi eylemlerin gerçekleştirildiğini açıklar.

Tutumlar/değerler:

- İş fırsatlarının kendi sınırlarının ötesinde olduğuna inanır.
- Etik ve sürdürülebilir kararlar vermesi gerektiğini kabul eder.
- Ulusal hükümetlerin Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşmada oynadıkları rolü bilir.

İçerik (ve kavramlar) ve ders sayısı

Etkinlik örnekleri:

- **Dünyada girişimcilik**
(işletme, küreselleşme)
ders sayısı: **1**

- Öğrencilere küçük gruplar halinde veya çiftler halinde, ürünleri/hizmetleri ilk üretildiği ülke dışında popüler olan bir şirket hakkında internette araştırma yapma görevi verilir. Örneğin, kahveleri ve özel hizmetleri artık dünyada yaygın olarak dağıtılan Amerikan kafeleri Starbucks (Starbucks) ve her şey "Avrupa'da bir kafede oturup harika kahve içmek ne güzel olurdu" fikriyle başladı. Tamamlanan görevin sunumunun ardından öğrenciler, girişimciliğin daha geniş bir çerçevede (sadece yerel düzeyde değil) sunduğu fırsatları bir kağıt üzerine yazarlar. Örneğin:
 - Girişimcilik dünyası her birimize kendi sınırlarımızın ötesine bakmamız ve dünyadaki fırsatları keşfetmemiz için kapılar açıyor.
 - İnsanlar fikirleri, sorunları, zorlukları ve olası çözümleri bir araya getirir ve tartışır. Diğer insanlarla olan bu bağlantı, fikir alışverişini destekler ve yaratıcılığın ve yenilikçiliğin teşvik edilmesi için gereklidir.
 - İnternetin yardımıyla insanlar bilim, iş, ekonomi vb. alanlarda dünyada olup bitenlerden daha fazla haberdar oldular. Böylece birisi bir ülkede yaşayıp başka bir ülkede bir sorunu çözebilir...

- **Potansiyel iş fırsatlarını araştırmak**
(iş fikri, fırsat, ihtiyaç, talep, gerekçe)
ders sayısı: **3**

- Öğrenciler çiftler halinde kendi sınıflarındaki veya okuldaki diğer sınıflardaki sınıf arkadaşları arasında bir anket yaparlar (kendileri karar verir). Anketteki sorular okulda ve dolayısıyla yerel toplulukta çözülmesi gereken bazı sorunlarla ilgilidir. Örneğin, Okuldaki plastik şişe israfı nasıl azaltılır?; Okul elektrik tüketiminden nasıl tasarruf edebilir? vesaire. Anketi tamamladıktan sonra öğrenciler anketin sonuçlarını, yani yanıtlayanların en çok hangi sorunun çözülmesini istediklerini sunarlar. Daha sonra okullarındaki belirli bir sorunun çözümüyle ilgili potansiyel iş fırsatları hakkında bir tartışma geliştirirler.

	<ul style="list-style-type: none">• Öğrencilere bir vaka çalışması sunulur. Mesela yaşadıkları mahallede bir pastane açma fikri olduğunu varsayalım. Pastanede ise eşsiz lezzette dondurmalar satmayı seviyorlar. Diğer şeylerin yanı sıra, laktoz intoleransı olan çocuklar için laktoz içermeyen dondurma. Öğrenciler iki gruba ayrılır.• Birinci grup böyle bir pastane açmanın gerekliliğini kendi aralarında düşünmeli ve tartışmalıdır (örneğin potansiyel tüketici olarak o ortamda kaç çocuk yaşıyor, çocukların yaşı, kaç çocuğun o üretim sürecinden dolayı laktoz intoleransı olduğu gibi) daha pahalı olur vb.). <p>İkinci grup, bu iş fırsatının gerekçesini kendi aralarında düşünmeli ve tartışmalıdır (örneğin, ortada veya yakınlarda zaten bir pastane varsa; dondurmanın mevcut fiyatı iyi bir kazanç sağlıyorsa, vb.).</p> <p>Sonunda öğrenciler gözlemlerini sunarlar.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Sosyal fırsatlar ve çevrenin korunmasına yönelik fırsatlar (etik ve sürdürülebilir düşünce, sonuçlar, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir kalkınma hedefleri, sosyal sorumluluk) ders sayısı: 2	<ul style="list-style-type: none">• Öğrenciler bir örnek olay hayal ederler; kendi işlerini kurdular. Çiftler halinde öğrencilere analiz edip tartışacakları birkaç farklı senaryo verilir. Daha sonra, kararlarının iyi ve kötü tüm potansiyel sonuçlarıyla birlikte hangi eylemi tavsiye edeceklerini belirlemeleri gerekir. Öğrenciler verilen bağlamda eylemlerini ve potansiyel sonuçlarını kaydederler. SENARYO bir tablonun sütunlarında belirtilmiştir; NE YAPARDIM? ; FAALİYETLERİMİN OLASI SONUÇLARI• Örneğin bir senaryo şöyle olabilir: SENARYO - Bir restoranın sahibisiniz. Maliyetlerden tasarruf etmek için paket servis gıda ambalajlarınız için tek kullanımlık, biyolojik olarak parçalanmayan ambalajlar mı kullanırsınız yoksa sürdürülebilir kalkınma taahhüdünüz doğrultusunda çevre dostu ambalajlara mı yatırım yaparsınız? NE YAPARDIM? - Ürünlerim (gıda) için geri dönüştürülebilir ve parçalanabilen çevre dostu malzemelerden yapılmış ambalajlar kullanırım. FAALİYETLERİMİN OLASI SONUÇLARI - Belki maliyetler daha yüksek olabilir, ancak yine de bu şekilde atıklar biyolojik olarak parçalanabilir ve çevre kirlenmez. Görevi tamamladıktan sonra öğrenciler aşağıdaki soruları yanıtlayarak karar vermelerinin potansiyel sonuçlarını analiz ederler:

	<ul style="list-style-type: none">- Finansal başarıya götüren kararlar ile etik olduğunu düşündüğünüz kararlar arasında seçim yapmakta zorlandınız mı? Sebebini açıklayın.- Etik olmayan kararlar veren rekabetçi bir girişimciye nasıl tepki verebilirsiniz?- Girişimci olarak etik kararlar almanın önemi konusunda fikriniz nedir?- On yıl sonra kendi işinizi açtığınızı hayal edin. Etik karar verme sürecinizin bu aktivitede verdiğiniz kararlarla aynı olacağını düşünüyor musunuz? Sebebini açıkla.• Öğrenciler, iklim değişikliğiyle mücadele için dünya çapında gerçekleştirilen eylemlere ilişkin bir video sunumu izlerler. Daha sonra dünya genelindeki hükümetlerin bu değişikliklerin sonuçlarının üstesinden gelmek ve aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için neler yapabilecekleri konusunda bir tartışma başlıyor. Örneğin farkındalığın artırılması, hukuki çözümler, şirketlerin faaliyette buldukları/çalıştıkları ortamdaki sorunların çözümünde şeffaf olmalarının emredilmesi vb.
--	---

Konu 3. Uygulamada – Değer yaratmak

Bilgiler/beceriler:

- Üretimin temel faktörlerini listeler.
- Üretim ve hizmet faaliyetleri arasında fark yaratır.
- Yenilikçi ürün ve hizmetlerden örnekler verir.
- Öncelikleri, uzun vadeli, orta vadeli ve kısa vadeli hedefleri belirler.
- Basit bir iş konsepti/modeli oluşturur.
- Çeşitli belirsizlik biçimleri ve bununla ilişkili riskler nedeniyle karar vermenin zorluklarını tanımlar.
- Bir fikrin değer yaratma potansiyelinin farkına varır.

Tutumlar/değerler:

- Başarılı bir iş için iyi planlamanın önemli olduğunu anlar.
- Değer yaratmak için kaynak kullanmanın (zaman, finans, teknoloji, bilgi vb.) gerekli olduğunu kabul eder.
- İnisiyatifin, kişisel ve toplumsal yaşamda değişiklik yapmanın temel koşulu olduğuna inanır.

İçerik (ve kavramlar) ve ders sayısı

- Üretim ve hizmet süreçleri
- Üretim faktörleri

Etkinlik örnekleri:

- Öğrenciler "Çikolata Üretimi ve Yasal Hizmetler" konusunu tartışır. Tartışma ve beyin fırtınası yoluyla çeşitli üretim ve hizmet süreçlerini ve aralarındaki farkları listelerler.

(üretim süreçleri – teknoloji, hizmet süreçleri, arazi, emek, sermaye, girişimci, girişimcilik) ders sayısı: **3**

- Öğrenciler bir fabrikayı veya bir tür mal veya hizmetin üretimini içeren Monsters Inc. veya Charlie ve Çikolata Fabrikası adlı bir filmi izlerler. Film izledikten sonra öğrenciler gruplar halinde üretim faktörlerinin filmde nasıl gösterildiğini tartışır. Örneğin Monsters Inc.'i izliyorlarsa:
 - Toprak (doğal kaynaklar): Canavarlar dünyasında, toprak, su ve mineraller gibi geleneksel doğal kaynaklar yerine canavarlar, birincil enerji kaynaklarını (çocukların çığlıkları, daha sonra yerini kahkahalara bırakır) toplamak için insan dünyasının kapılarına güvenirlir. Kapıların işlendiği fabrika onların fiziksel toprağı, çığlıklar ve kahkahalar ise doğal kaynaklardır.
 - Emek: "Canavarlar"daki emek, ana karakterler Mike ve Sally de dahil olmak üzere korkuluklar şeklinde gelir. Onlar insan dünyasına kapılardan girmek ve çığlık atmak için enerji toplamak üzere eğitilmiş canavarlardır. Film, bir çığlık için mümkün olduğu kadar fazla enerji elde etmeyi amaçlayan iş gücünün gerektirdiği özveri ve becerileri anlatıyor. Çalışmaları doğrudan şirketin başarısıyla ilgilidir. Tuaka aynı zamanda tesisin verimli çalışmasını sağlamak için çalışan yönetim, bakım ekibi ve araştırmacılarıdır.
 - Sermaye: Fiziksel sermaye, tesisin kendisini, vinç kutularını ve hasat edilen vinç enerjisini işlemek için gereken teknolojiyi içerir. Kapılar aynı zamanda şirket için önemli bir yatırımı temsil ettiğinden bir tür fiziksel sermayedir.
 - Girişimci/Girişimcilik: Filmde Waternoose girişimcilik kavramını temsil ediyor, daha sonra CEO olarak görevi devralan Sally. Waternoose, şirketin uzun vadeli başarısını sağlamaya çalışan bir liderdir ve karakteri, üretim sürecinde liderlik ve karar alma rolünü ön plana çıkarır.
 - Öğrenciler okulun yakınındaki bir imalat şirketini ziyaret ederek üretim faktörlerini gerçek bağlamda öğrenirler.

• **Planlama ve yönetim - İş modeli**
(iş modeli)
ders sayısı: **2**

- Öğrenciler, girişimcilerin, özellikle planlama, yaratma, sunma ve değer elde etme konusunda ürün veya hizmetlerinin neye benzeyeceğine dair net bir vizyon ve yön oluşturmalarına yardımcı olabilecek bir araç olan bir iş modeli (iş modeli tuvali) oluşturmaya ilişkin bir video sunumunu izlerler. Video sunumunun ardından öğrenciler şu sorunun yanıtını tartışır: İş modeli neden oluşturuldu? Daha sonra poster grupları halinde veya dijital bir araç (örn. Canva) yardımıyla, tüm unsurlarıyla birlikte bir iş modeli çizerler ve her unsurun ayrı ayrı önemini tanımlar (ürün/hizmetin değeri; tüketiciler;

	<p>dağıtım kanalları; tüketici ilişkileri; temel faaliyetler; anahtar kaynaklar; kilit ortaklar; gelir; maliyetler). Tamamlanan görevi sunduktan sonra öğrenciler bir kağıda yazarlar veya bir iş modeli oluşturmanın önemini ve başarılı bir iş modelinin nasıl oluşturulacağını açıklarlar.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ödev olarak öğrencilerin kendileri için seçecekleri bir ürün veya hizmetin üretimine yönelik bir iş modeli oluşturmaları gerekmektedir. Yaptıklarını sınıf arkadaşlarının yaptıklarıyla karşılaştırırlar.
<ul style="list-style-type: none">• İnisiyatif almak Karar verme - risk ve belirsizlik (inisiyatif, karar, risk, belirsizlik) ders sayısı: 2	<ul style="list-style-type: none">• Öğrenciler, başarılı bir girişimci olan Alexandra Chong'un şu ifadesini analiz etmek için fikir üretme tekniklerinden birini kullanır: "Konfor bölgesi güzel bir yerdir ama orada hiçbir şey yetişmez." Daha sonra çiftler halinde "inisiyatif almak" ifadesini daha önce duyup duymadıklarını tartışın ve ne bildiklerini ve/veya bu ifadeyi ne zaman duyduklarını açıklayın. Sonra şu soruya cevap veriyorlar: Bir girişimci inisiyatif almadan başarılı olabilir mi? (kendi kendine inisiyatif sahibi olmadan, proaktif olmadan, hedeflerine ulaşmada ısrarcı olmadan, kendine güvenmeden, yani yaptığı işte başarılı ve yetkin bir liderin temel özelliklerine sahip olmadan). Öğrenciler okulda ve gerçek bağlamda belirli sorunları çözmek için inisiyatif almanın örneklerini verirler.• Öğrenciler değiştirmek istedikleri bir şeyi düşünürler veya karar verirler. Karar vermek istedikleri sorunu bir kağıt üzerinde ayrı ayrı tanımlarlar. Örneğin, "Spor salonunun yanında erişilebilir bir yol yapacağım." Bir T-tablosuna, belirli bir sorunu çözecek hayal edilen eylemi uygulamaya karar vermeyle ilgili olumlu şeyleri (iyi) ve olumsuz şeyleri (riskler/belirsizlikler) yazarlar. Belirtilen olumlu ve olumsuz yönleri analiz ettikten ve tüm alternatif çözümleri dikkate aldıktan sonra öğrenciler, örneğin kendilerinin bir erişim yolu oluşturmayı üstlenmenin iyi bir karar olup olmadığına karar verirler. Tamamlanan görevi sınıf arkadaşlarına sunarlar.
Konu 4. Finansal okuryazarlık, pazarlama ve satış	
Bilgiler/beceriler:	
<ul style="list-style-type: none">• Finansman kaynaklarını belirler (kendi ve diğerleri).• Basit bütçe örnekleri verir.• Pazarlamanın temel araçlarını açıklar.	

- Farklı satış türlerini tanımlar.

Tutumlar/değerler:

- Bütçelemenin akıllı para yönetimi için önemli bir araç olduğuna inanır.
- Pazar ihtiyaçlarının karşılanması ve pazarlama hedeflerinin gerçekleştirilmesi açısından pazarlama stratejilerinin planlamaya temel oluşturduğuna inanır.

İçerik (ve kavramlar) ve ders sayısı

- **Para yönetimi**
(finansman, öz finansman, borçlanma, giderler, sabit, değişken, gelir, harcama/giderler, kâr, bütçeleme, bütçe)
ders sayısı: 4

Etkinlik örnekleri:

- Öğrenciler, örneğin yaşadıkları mahallede bir pastane açma fikrinin olduğunu varsaymak için daha önce yapılmış örnek olay incelemesini kullanırlar. Kendi işlerini geliştirme fırsatına sahip oldukları zaten tespit edilmiştir. Öğrenciler iki gruba ayrılır. Birinci grup, bir kağıda veya kişisel bilgisayar/dizüstü bilgisayar/tablet üzerine kendi mali kaynaklarıyla nasıl iş kuracaklarını (örneğin tasarruf, mülk satışı...) düşünür ve yazar. İkinci grup, başkalarının finansmanı ile iş kurma konusunda bir fikir vermelidir (örneğin borçlanma, kredi...). Sonunda, öğrenciler çalışmalarını sunarlar ve ardından kendi işlerini kurmak için hangi finansman yolunun en iyi olduğu konusunda bir tartışma yürütülür.
 - Aynı vaka çalışması için (bir pastanenin açılması veya başka bir vaka çalışması seçilebilir) öğrenciler üç grup halinde çalışırlar.
 - Tablodaki ilk grup (Excel olabilir) MALİYET ve MİKTAR, işe başlama maliyetlerini listeler. Örneğin: alan kiralama - 120.000 dinar/yıl, ekipman - 200.000 dinar, vb. Tüm maliyetleri listeledikten sonra, işe başlamanın toplam maliyetini hesaplarlar.
 - Bir tablodaki ikinci grup (Excel olabilir) ÜRÜN, SATIN ALMA FİYATI ve MALİYETLER, bir ürünün satış maliyetlerini listeler. Örneğin, bir dondurma için ihtiyacınız olan:
 - litre başına 80 dinar satın alma fiyatı olan süt ve bir dondurmanın maliyeti 10 dinardır;
 - kilogram başına 50 dinar satın alma fiyatı olan şeker ve bir dondurmanın maliyeti 10 dinardır; vesaire.Son olarak bir dondurmanın toplam maliyeti hesaplanır.
- Bir tabloda üçüncü grup (Excel olabilir) MALİYET, MİKTAR işletme maliyetlerini listeler. Örneğin: bir aylık genel giderler 12.000 dinardır; çalışanların maaşları, 150.000 dinar. vesaire. Tüm maliyetleri listeledikten sonra toplam işletme maliyeti tutarını hesaplarlar.
- Görevi tamamladıktan sonra öğrenciler çalışmalarını sunarlar ve işletmenin normal işleyişi

	<p>için ihtiyaçların parasal ifadesi olarak sabit ve değişken maliyetleri belirleyen bir tartışma geliştirirler.</p> <ul style="list-style-type: none">• Öğrencilere Aralık ayının soğuk günlerinde satabilecekleri sanal bir sıcak çikolata standı oluşturma ve yönetme görevi verilir. Bir ay boyunca sıcak çikolatanın fiyatını ve bu girişimcilik eyleminin gerçekleştirilmesi için gerekli maliyetleri kendileri belirliyorlar. Öğrenciler basit hesaplamalar yaparak etkinliğin gerçekleştirilmesine yönelik bütçeyi hazırlarlar. Sıcak çikolata tezgahının işletilmesinden elde edilen karı bu şekilde hesaplıyorlar. (gelir – gider = kâr). Etkinliği posterle veya dijital araçların (Excel, Canva, PPT vb.) yardımıyla oluştururlar. Öğrenciler tamamlanan görevin sonuçlarını sunarlar. Sunumun ardından parayı yönetmek için kullanılan temel araçlardan biri olan bütçelemenin önemi üzerinde duruluyor.• Ödev olarak öğrencilerin bir plan/bütçe oluşturmaları ve kar fonlarını, yani sıcak çikolata standının işletilmesinden elde edilecek karı ne için kullanacaklarını belirlemeleri gerekmektedir.
<ul style="list-style-type: none">• Pazarlama (strateji, pazarlama karması, ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma, internet pazarlaması) ders sayısı: 4	<ul style="list-style-type: none">• Küçük gruplar veya çiftler halindeki öğrenciler, kendi pizzacılarının olduğunu ve uygun bir pazarlama stratejisi geliştirmeleri gerektiğini varsayarlar. Öncelikle pizzacılarını güçlü rekabet içinde neyin başarılı kılacağına karar verirler. Daha sonra bir kağıt üzerinde ayrıntıları listelerler (pazarlama karması - ürün, fiyat, dağıtım, pizzacıları için promosyon). Yardım etmek için onlara seçenekleri/seçimleri hakkında bazı "ilk düşünceler" verilebilir. Örneğin:<ul style="list-style-type: none">- Konum - alışveriş merkezi, şehir, göl kıyısında...;- Yemek kalitesi;- Hizmet türü - masa, self servis;- Ücretsiz Wi-Fi erişimi;- Özel promosyon teklifleri... vb.Daha sonra öğrenciler aşağıdaki soruların yanıtlarını tartışırlar: Pizzacılarını başarılı kılacak temel unsurlar nelerdir? Yani insanlar neden pizzacılarına gelmek isteyecekler?; Pizzacılarının hedef pazarı kim? Pizzacılarının pazarlama karması nedir?• Çiftler halinde öğrencilere kendi seçtikleri bir ürün için ambalaj tasarlama görevi verilir. Görevi kağıt üzerinde, 3 boyutlu biçimde veya dijital araçları kullanarak yapabilirler.

	<p>Görevi tamamladıktan sonra çalışmayı (galeride olduğu gibi) sunarlar. Tasarım dijital ortamda ise kişisel bilgisayar/dizüstü bilgisayar/tabletten sunulur. Daha sonra öğrencilerin yeni tasarlanan ambalajda ürünün reklamını yapmak için bir plan oluşturmaları gerekir. Yani insanlara bu ürünün ne satıldığını ve onu satın almanın faydalarını anlatacak bir reklam oluşturmalarıdır. Aynı zamanda tüketici güvenini oluşturmalı, yeni müşteriler çekmeli, mevcut müşterileri elde tutmalı ve işletmenin karlı olmasına yardımcı olmalıdır. Promosyon fikirleri: web sitesinde uygun formatta, başlığı ve yayınlanma tarihini içeren kısa bir haber; bir alışveriş merkezinde tasarlanmış vitrin; 30 saniyelik radyo reklamı, ürün/hizmet tanıtımında sosyal medya kullanımı vb. Öğrenciler Facebook, Instagram, Tik-Tok ya da gençlerin kullandığı diğer sosyal mecralardan herhangi birinde ürün/hizmetlerinin kısa tanıtım bilgilerini hazırlayabilirler.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Satış (satış türleri, müşteri ilişkileri) ders sayısı: 1	<ul style="list-style-type: none">• Öğrenciler SATICI – ALICI rollerini oynarlar. Satışın türü öğrenciler tarafından belirlenir (örneğin satış salonunda, telefonla vb.). Satıcı olarak bir öğrenci ve alıcı olarak üç öğrenci seçilir (veya gönüllü olarak başvuruda bulunur). Satılacak ürün (kalem, defter...) "satıcının" tercihiyledir. İki dakika içinde satıcı, ürünü üç alıcıya da satmaya çalışmak zorundadır. Ancak alıcıların EVET, HAYIR kelimelerini ve ürün adını söylememeleri gerekmektedir, aksi halde aktivite dışında bırakılırlar ve diğer alıcılar dahil edilir. Etkinlikten sonra öğrenciler etkinliğin hangisinin en kolay, hangisinin en zorlu kısmı olduğunu tartışır.
Konu 5. İş fikrinin sunumu	
Bilgiler/beceriler:	
<ul style="list-style-type: none">• İletişim becerilerini geliştirir.• İş fikrinizi sunmanın önemini açıklar.• Başkalarıyla ortak bir amaç doğrultusunda çalışmanın neden önemli olduğunu açıklar (ekip çalışması, aktif katılım, sorumluluk ve katkı paylaşımı).• Etkili sunum tekniklerini kullanır.• Okulda veya yerel toplulukta etkinlikleri planlamak ve organize etmek için bilgileri kullanır.	
Tutumlar/değerler:	
<ul style="list-style-type: none">• Sosyal becerilerin ve liderlik potansiyelinin geliştirilmesinin önemini kabul eder.	

- Ekip çalışmasının ve çalışma ahlakının topluluk hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynadığına inanır.

İçerik (ve kavramlar) ve ders sayısı	Etkinlik örnekleri:
<ul style="list-style-type: none"> • İş iletişimi • Takım çalışması (iletişim, etkileşim, takım çalışması, liderlik) ders sayısı: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Öğrenciler en fazla beş kişilik gruplara ayrılarak büyük bir kağıt üzerine bir iş adamının - girişimcinin silüetini çizerler. Öğrenciler, çizdikleri kişiyi mükemmel bir iletişimci olarak tanımlayan kelimeleri tanımlamalıdır. Keçeli kalemler veya renkli kalemlerle silüet üzerindeki kelimeleri görsel olarak yakalamaya çalışmalıdırlar. Örneğin, öğrenciler iyi bir iletişimcinin iyi bir dinleyici olması gerektiğini söyleyebilir, ardından silüetin üzerine büyük kulaklar çizebilirler vb. Yardımcı olmak için öğrencilerin yaratıcı olmaları ve görselleştirmelerinin doğru olmaması durumunda korkmamaları teşvik edilir. Hatta öğrencilerin silüetin üzerine sözcükler yazmasını ve ardından bazı sözcüklerini görselleştirmelerine yardımcı olabilirsiniz. • Öğrenciler üç gruba ayrılır ve her gruba gazete, bant ve makas verilir. Katılımcılara bir gazeteden bir kıyafet tasarlayıp yaratmaları için süre (örneğin 20 dakika) verilir. Bu tür öğrenciler için öğrencilerin bir grup fikri ve görev delegasyonu olmalıdır. Öğrenciler gruptan bitmiş ürünü getirecek bir kişiyi seçerler.
<ul style="list-style-type: none"> • Etkili sunum (sunum, ikna edici sunum teknikleri) ders sayısı: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Öğrencilere iş fikrini veya iş modelini (Asansör Konuşması) bir dakika içinde sunmaya çalışma görevi verilir. Böyle iyi/ikna edici bir sunum oluşturabilmek için aşağıdaki adımları izlemeleri gerekmektedir: <ul style="list-style-type: none"> - hedeflerini belirleyin (örneğin, potansiyel müşterilere şirketlerinden bahsetmek mi istiyorlar yoksa yatırımcılara sunmak istedikleri yeni ve harika bir fikirleri var mı); - ne yaptıklarını açıklamak (örneğin sunumu yapmaya şirketlerinin ne yaptığını anlatarak başlarlar, çözdükleri sorunlara ve insanlara nasıl yardım ettiklerine odaklanırlar); - benzersiz önerilerini vurgulamak (örneğin sunmaları gereken sunumla ve şirketlerini veya fikirlerini benzersiz kılan şeyleri tanımlamaları); - Özetlemek (Sunumun her bölümü derlenip daha sonra sunumun yüksek sesle okunması ve sunumu için gerekli sürenin ölçülmesi önerilir. 1 (bir) dakikadan uzun olmamalıdır. Aksi takdirde, dinleyicinin ilgisinin kaybolma riski vardır); - Alıştırma yapmak (Ne kadar çok pratik yaparsanız sunum o kadar doğal hale gelecektir. Sunum sırasında kelimeler kadar söyleyen beden dilinize de dikkat etmelisiniz. Bu nedenle ayna karşısında pratik yapmanız önerilir.)

	<p>- Öğrencilerin PPT (Power Point) sunumu yapmaya karar vermesi durumunda sunum 5 (beş) slayttan büyük olmamalıdır. Öğrenciler çalışmalarını bireysel olarak sınıf arkadaşlarına sunarlar.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Etkinlikler düzenlemek (planlama, organizasyon, liderlik) ders sayısı: 2	<ul style="list-style-type: none">• Sosyal becerileri ve liderlik potansiyellerini teşvik etme ve geliştirme fırsatı olarak öğrencilere bir okul etkinliği planlama ve organize etme görevi verilir. Bu etkinliği diğer öğretim konuları ve okul için önemli etkinliklerle koordineli olarak gerçekleştirebilirler. Örneğin bir tiyatro gösterisinin planlanması ve organize edilmesi. Gösterinin nerede ve nasıl yapılacağını, gerçekleştirilmesi için neyin gerekli olduğunu, bilet fiyatını belirlemek, halkı bilgilendirmek, performansın reklamını yapmak vb. şeyleri öğrenciler belirlemelidir. Tiyatro oyunları, toplumun karşı karşıya olduğu belirli bir zorluk veya sorun hakkında mesaj iletmenin güzel bir yoludur. Benzer şekilde, Ağaç Günü, Şaka Günü, ev el sanatları fuarının organizasyonu, okulun yönetimi vb. gibi mevcut bazı etkinliklerden de yararlanılabilir.• Öğrenciler fuarları ziyaret ederek satış türlerini ve tekniklerini, ürün reklam tekniklerini öğrenirler. Ayrıca öğrenciler sergilenen yenilikçi ürünleri fark edip tanrlar.