

BIZNES ASOSLARI FANINI O‘QITISHDA TALABALARNING TADBIRKORLIK KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY PEDAGOGIK USULLARI

Xidirova Maftuna Abdivaliyevna

Qashqadaryo viloyati Qarshi tumani 3-son texnikumi Biznes asoslari fani o‘qituvchisi

Annotatsiya: Maqolada “Biznes asoslari” fanini o‘qitishda talabalarning tadbirkorlik kompetensiyalarini rivojlantirishga yo‘naltirilgan zamonaviy pedagogik yondashuvlar tahlil qilinadi. Tadbirkorlik ta’limining maqsadi faqat iqtisodiy tushunchalarni o‘zlashtirish emas, balki imkoniyatni ko‘ra bilish, muammoni tahlil qilish, qiymat taklifini shakllantirish, resurslarni rejalashtirish, moliyaviy qaror qabul qilish, jamoada ishlash va biznes g‘oyani asosli taqdim etish ko‘nikmalarini shakllantirishdan iborat ekani asoslanadi. Adabiyotlar tahlili asosida case-study, muammoli ta’lim, loyiha asosida o‘qitish, biznes simulyatsiyasi, Business Model Canvas va pitching usullarini integratsiyalovchi metodik model taklif etiladi. Model diagnostika, amaliy biznes vazifasi, hamkorlikdagi faoliyat, taqdimot, refleksiya va qayta takomillashtirish bosqichlarini qamrab oladi. Maqolada kompetensiyaga yo‘naltirilgan baholash mezonlari hamda o‘qituvchi uchun amaliy tavsiyalar berilgan. Ish konseptual-metodik xarakterga ega bo‘lib, keltirilgan jadvallar va diagrammalar adabiyotlar sintezi asosida tuzilgan.

Kalit so‘zlar: biznes asoslari, tadbirkorlik ta’limi, tadbirkorlik kompetensiyasi, case-study, loyiha asosida o‘qitish, biznes simulyatsiyasi, Business Model Canvas, pitching, kompetensiyaga yo‘naltirilgan baholash.

Abstract: This article examines modern pedagogical approaches to developing students' entrepreneurial competences in the Business Fundamentals course. Entrepreneurship education is interpreted not merely as the acquisition of economic concepts, but as the development of opportunity recognition, problem analysis, value proposition design, resource planning, financial reasoning, teamwork and evidence-based pitching skills. Based on a synthesis of the literature, an integrated methodological model combining case study, problem-based learning, project-based learning, business simulation, Business Model Canvas and pitching is proposed. The model includes diagnostic assessment, an authentic business task, collaborative action, presentation, reflection and iterative improvement. The study is conceptual and methodological; tables and figures represent a literature-informed framework rather than fabricated empirical findings.

Keywords: business fundamentals, entrepreneurship education, entrepreneurial competence, case study, problem-based learning, business simulation, Business Model Canvas, pitching.

Kirish

Raqamli iqtisodiyot, kichik biznes va o'zini o'zi band qilish shakllarining kengayishi ta'lim tizimidan iqtisodiy bilim bilan bir qatorda tashabbuskorlik, moslashuvchanlik va qiymat yaratishga qaratilgan kompetensiyalarni rivojlantirishni talab etmoqda. Shu sababli "Biznes asoslari" fani nazariy tushunchalarni bayon qilish bilan cheklanib qolmasdan, o'quvchini real yoki realga yaqin biznes vaziyatlarida qaror qabul qilishga olib kirishi lozim. Tadbirkorlik kompetensiyasi shaxsning g'oyani imkoniyatga aylantirish, resurslarni safarbar etish va manfaatdor tomonlar uchun qiymat yaratish qobiliyatlari majmui sifatida qaraladi.

EntreComp konsepsiyasida [1] tadbirkorlik kompetensiyalari uch katta yo'nalishda — "G'oyalar va imkoniyatlar", "Resurslar" hamda "Harakatga o'tish" doirasida talqin qilinadi. Mazkur yondashuv "Biznes asoslari" kursi mazmunini faqat biznes-reja yozish

bilan cheklamadan, ijodkorlik, tashabbus, moliyaviy savodxonlik, hamkorlik va noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish kabi elementlar bilan boyitishga imkon beradi.

Maqolaning maqsadi — “Biznes asoslari” fanida talabalarning tadbirkorlik kompetensiyalarini rivojlantirish uchun faol o‘qitish metodlarini tizimlashtirish, ularni yagona pedagogik modelga birlashtirish hamda kompetensiyaga yo‘naltirilgan baholash mezonlarini taklif etishdir. Ushbu maqsadga erishish uchun tadbirkorlik ta’limiga oid ilmiy manbalar tahlil qilindi, metodlarning didaktik imkoniyatlari qiyoslandi va o‘qituvchi amaliyotida qo‘llash mumkin bo‘lgan bosqichli model ishlab chiqildi.

Adabiyotlar tahlili

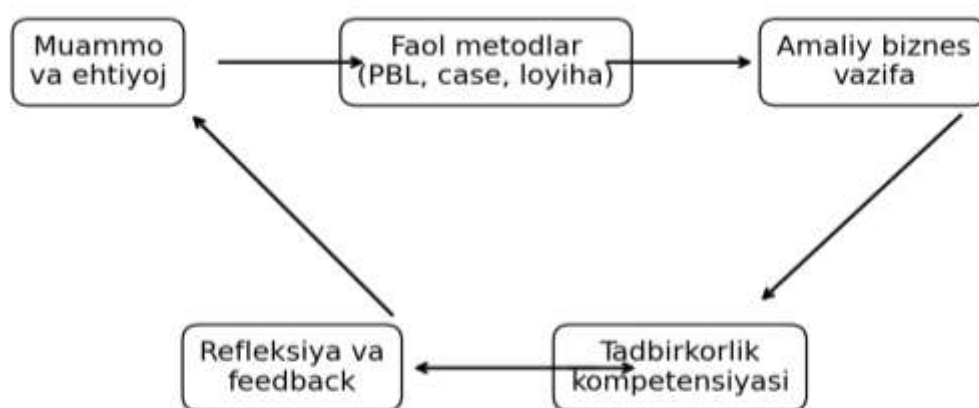
Tadbirkorlik ta’limining samaradorligi bo‘yicha tadqiqotlar o‘quv jarayonida faol ishtirok, tajriba orqali o‘rganish va refleksiyaning muhimligini ko‘rsatadi. Kolbning tajribaviy o‘rganish modeli [6] bilimning aniq tajriba, kuzatish va refleksiya, abstrakt konseptualizatsiya hamda faol sinov orqali shakllanishini ta’kidlaydi. Bu tamoyil biznes ta’limi uchun ayniqsa muhim, chunki biznes qarorlari ko‘pincha tayyor algoritmgga emas, vaziyatni tahlil qilish va muqobil variantlarni baholashga tayanadi.

Nabi va hammualliflar [8] tadbirkorlik ta’limi natijalariga bag‘ishlangan tizimli tahlilda ta’lim dizayni, pedagogik metod va natija ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi bog‘liqlikni ko‘rsatadi. Fayolle va Gailly [9] esa tadbirkorlik ta’limining ta’siri o‘quvchilarning dastlabki qarashlari va tajribasiga qarab farqlanishini qayd etadi. Demak, bir xil topshiriq barcha guruhlar uchun bir xil natija bermasligi mumkin; diagnostika va differensial yondashuv zarur.

Case-study usuli real biznes vaziyatini tahlil qilish, muammoning sabablarini ajratish va qaror variantlarini asoslashga xizmat qiladi. Muammoli ta’lim (PBL) esa o‘quvchini tayyor javobni olishdan ko‘ra muammoni aniqlash, axborot izlash va yechimni sinash jarayoniga olib kiradi. Loyiha asosida o‘qitish yakuniy mahsulot — masalan, biznes model, marketing reja yoki mini-startap konsepsiyasi — yaratishni talab qilgani sababli bilimlarni integratsiyalashga yordam beradi.

Business Model Canvas [18] biznes g'oyaning qiymat taklifi, mijoz segmentlari, kanallar, mijozlar bilan munosabatlar, daromad oqimlari, asosiy resurslar, faoliyatlar, hamkorlar va xarajatlar tuzilmasini yagona vizual maydonda ko'rish imkonini beradi. Pitching esa qisqa vaqt ichida muammo, yechim, mijoz, ustunlik, daromad modeli va kutilayotgan natijani mantiqiy ifodalashni talab etadi. Shu jihatdan u kommunikativ kompetensiya va dalillash qobiliyatini rivojlantiradi.

Zamonaviy tadbirkorlik ta'limi uchun yana bir muhim yo'nalish — raqamli vositalardan foydalanishdir. Elektron jadvallar orqali xarajat va daromad senariylarini hisoblash, onlayn so'rovlar yordamida mijoz ehtiyojini o'rganish, taqdimot va prototiplash vositalaridan foydalanish o'quv topshirig'ini real biznes jarayoniga yaqinlashtiradi. Bunda texnologiya maqsad emas, balki tahlil, hamkorlik va qaror qabul qilishni qo'llab-quvvatlovchi vosita sifatida xizmat qilishi kerak.



1-rasm, "Biznes asoslari" fanida kompetensiya rivojlantirishning siklik modeli

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur maqola empirik eksperiment emas, balki konseptual-metodik tadqiqot sifatida ishlab chiqildi. Tadqiqotda pedagogika, tadbirkorlik ta'limi va kompetensiyaviy yondashuvga doir ilmiy manbalarni mazmuniy tahlil qilish, qiyosiy tahlil, pedagogik modellashtirish va metodlarni funksional guruhlash usullaridan foydalanildi. Shu sababli

maqolada keltirilgan 1–5 ballik baholar statistik o‘lchov natijasi emas, balki metodlarning didaktik funksiyalarini ko‘rsatishga xizmat qiluvchi konseptual taqqoslashdir.

Metodlarni saralashda to‘rtta mezon qabul qilindi: o‘quvchining faol ishtiroki; real biznes vazifasiga yaqinlik; hamkorlik va kommunikatsiyani talab etishi; yakuniy qaror yoki mahsulot bilan tugashi. Ushbu mezonlarga ko‘ra case-study, PBL, loyiha, biznes simulyatsiyasi, Business Model Canvas va pitching usullari integrativ modelning asosiy elementlari sifatida tanlandi.

1-jadval. Faol metodlarning “Biznes asoslari” fanidagi didaktik vazifalari

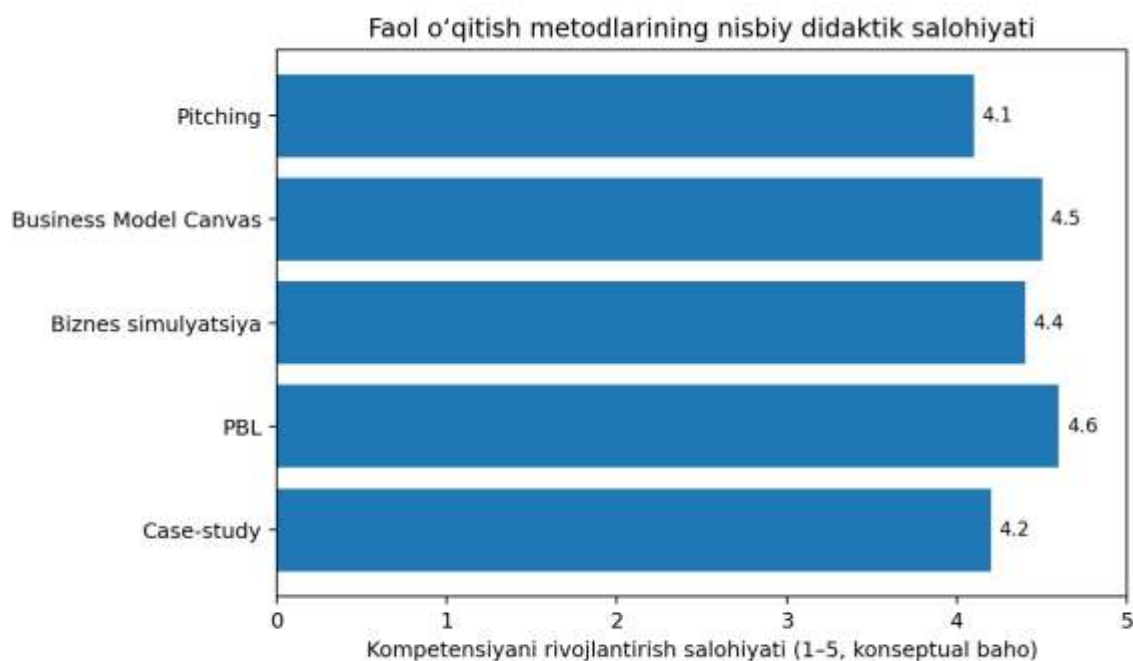
Metod	Asosiy vazifa	Rivojlanadigan kompetensiya	Natija mahsuloti
Case-study	Muammoli biznes holatini tahlil qilish	Tahliliy fikrlash, qaror qabul qilish	Asoslangan qaror
PBL	Ochiq muammoni yechish	Muammo yechish, axborot izlash	Yechim konsepsiyasi
Loyiha usuli	G‘oyani bosqichma-bosqich ishlab chiqish	Rejalashtirish, jamoaviy ish	Mini-biznes loyiha
Biznes simulyatsiyasi	Qaror oqibatlarini sinash	Riskni baholash, moslashuvchanlik	Senariy natijasi
Business Model Canvas	Biznes modelni tizimlashtirish	Qiymat yaratish, tizimli fikrlash	Biznes model xaritasi
Pitching	G‘oyani qisqa va dalilli taqdim etish	Kommunikatsiya, ishontirish	Pitch-taqdimot

Natijalar va muhokama

Adabiyotlar sintezi asosida “Biznes asoslari” fanida alohida bitta metoddan foydalanishdan ko‘ra metodlarni bosqichma-bosqich birlashtirish maqsadga muvofiq, degan metodik xulosa shakllantirildi. Masalan, dars case vaziyatidan boshlanib, PBL orqali muammo aniqlanadi, Business Model Canvas yordamida yechim strukturaga keltiriladi, sodda moliyaviy hisoblar bilan tekshiriladi va pitching orqali himoya qilinadi. Bunda o‘quvchi nazariy bilimning passiv qabul qiluvchisidan biznes qarorini ishlab chiquvchi faol subyektga aylanadi.

Taklif etilayotgan modelning birinchi bosqichi diagnostikadan iborat. O‘qituvchi o‘quvchilarning boshlang‘ich iqtisodiy tushunchalari, raqamli ko‘nikmalari va biznes tajribasini aniqlaydi. Ikkinchi bosqichda guruhga realga yaqin biznes muammosi beriladi. Uchinchi bosqichda o‘quvchilar mijoz, qiymat taklifi, xarajat va daromad omillarini tahlil qiladi. To‘rtinchi bosqichda yechim taqdim etiladi. Beshinchi bosqich refleksiya va o‘zaro baholashni, oltinchi bosqich esa feedback asosida qayta takomillashtirishni nazarda tutadi.

Mazkur ketma-ketlik tadbirkorlik kompetensiyasini birdaniga shakllantiriladigan sifat emas, balki takroriy mashq va qayta aloqa orqali rivojlanadigan kompleks qobiliyat sifatida ko‘rishga imkon beradi. Shuningdek, baholash faqat yakuniy biznes-reja yoki test natijasiga emas, jarayondagi qarorlarning mantiqiyligi, mijoz muammosining aniqligi, moliyaviy asos, jamoaviy hissa va taqdimot sifatiga ham tayanishi kerak.



2-rasm. Adabiyotlar sintezi asosidagi konseptual taqqoslash

2-jadval. Tadbirkorlik kompetensiyalarini rivojlantirish uchun tavsiya etiladigan o'quv topshiriqlari

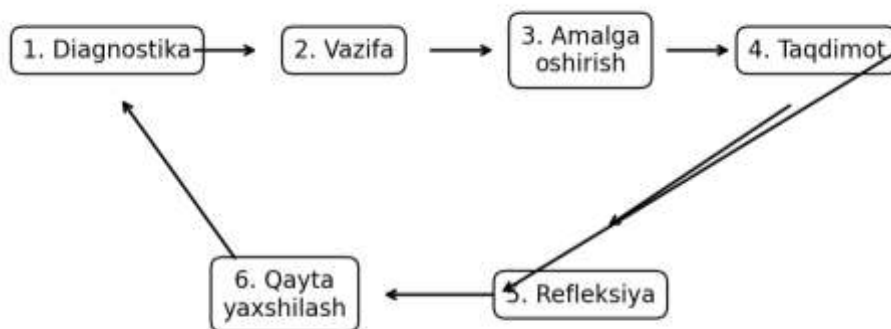
Kompetensiya	O'quv topshirig'i	Baholash dalili
Imkoniyatni aniqlash	Mahalliy muammodan biznes imkoniyati topish	Muammo–mijoz–yechim mantiqi
Moliyaviy savodxonlik	Sodda xarajat, narx va break-even hisoblash	Hisob-kitobning izchilligi
Qiymat taklifi	Mijoz uchun aniq foydani ifodalash	Qiymat taklifining aniqligi
Rejalashtirish	30 kunlik ish rejasini tuzish	Vazifa, muddat va mas'ul taqsimoti
Jamoadashlash	Guruhli biznes loyiha	Hissa, muloqot va kelishuv
Kommunikatsiya	3–5 daqiqalik pitch	Mantiq, dalil, vizual taqdimot

Metodlarning konseptual taqqoslanishi shuni ko'rsatadiki, PBL va Business Model Canvas muammoni strukturalash hamda biznes g'oyani tizimlashtirishda ayniqsa kuchli; simulyatsiya esa qaror oqibatlarini ko'rish va noaniqlikni boshqarish uchun foydali. Case-study mavjud vaziyatni chuqur tahlil qilish imkonini beradi, pitching esa barcha ishlangan materialni qisqa, tushunarli va ishonituvchi shaklga keltirishga majbur qiladi. Shu sababli bu metodlar raqobatchi emas, balki bir-birini to'ldiruvchi metodlar sifatida qo'llanishi kerak.

O'qituvchi uchun muhim masala topshiriq murakkabligini bosqichma-bosqich oshirishdir. Boshlang'ich bosqichda tayyor case va soddalashtirilgan hisob-kitoblar berilishi mumkin. Keyingi bosqichda o'quvchilar o'zlari mijoz muammosini topishi, qisqa bozor so'rovi o'tkazishi va biznes modelni mustaqil shakllantirishi maqsadga muvofiq. Yakuniy bosqichda esa biznes g'oya tashqi ekspert, boshqa guruh yoki shartli investor oldida himoya qilinishi mumkin.

3-jadval. Kompetensiyaga yo'naltirilgan baholash rubrikasi namunasi

Mezon	Yuqori daraja	O'rta daraja	Boshlang'ich daraja
Muammo va mijoz	Muammo dalil bilan aniq asoslangan	Muammo tushunarli, dalil cheklangan	Muammo noaniq
Qiymat taklifi	Aniq, farqlanuvchi va mijozga mos	Asosiy foyda ko'rsatilgan	Umumiy tavsif
Moliyaviy asos	Xarajat, narx va daromad mantiqan bog'langan	Asosiy hisoblar bor	Hisoblar yetarli emas
Jamoaviy ish	Rollar va hissa muvozanatli	Hamkorlik mavjud	Hamkorlik sust
Pitch	Qisqa, dalilli va ishonarli	Mazmun tushunarli	Tuzilma va dalil zaif



3-rasm. Kompetensiyaga yo'naltirilgan baholash sikli

“Biznes asoslari” darsi uchun integratsiyalashgan o‘quv moduli

Taklif etilayotgan metodik modelni amaliyotga joriy etish uchun 4–6 haftalik mini-moduldan foydalanish mumkin. Birinchi haftada o‘quvchilar kundalik hayot, ta’lim muassasasi yoki mahalliy bozorda uchraydigan muammolarni kuzatadi va kamida uchta potensial biznes imkoniyatini shakllantiradi. O‘qituvchi bu bosqichda g‘oyaning “katta” yoki “kichik”ligiga emas, muammo va foydalanuvchi o‘rtasidagi bog‘liqlikning aniqligiga e’tibor qaratadi. Har bir guruh muammoni kim boshdan kechirayotgani, uning sababi nimada ekani va mavjud yechimlar nima uchun yetarli emasligini izohlashi kerak.

Ikkinchi haftada mijozni o‘rganish va qiymat taklifini shakllantirish amalga oshiriladi. O‘quvchilar qisqa intervyu, anonim so‘rov yoki kuzatuv asosida ehtiyojlar ro‘yxatini tuzadi. So‘ng “mijoz muammosi – taklif etilayotgan yechim – kutilayotgan foyda” uchligini bir jumlada ifodalash topshiriladi. Bu mashq o‘quvchilarni umumiy va mavhum g‘oyalardan voz kechib, aniq foydalanuvchi uchun o‘lchanadigan qiymat yaratishga yo‘naltiradi. O‘qituvchi intervyu savollarining yo‘naltiruvchi yoki javobni oldindan belgilovchi bo‘lib qolmasligiga alohida e’tibor beradi.

Uchinchi haftada Business Model Canvas orqali g‘oya tizimlashtiriladi. Dastlab qiymat taklifi va mijoz segmentlari, keyin kanallar, mijoz bilan aloqalar, asosiy faoliyat, resurslar va hamkorlar ko‘rib chiqiladi. Yakunda xarajatlar va daromad oqimlari bilan bog‘lanadi. Bunday ketma-ketlik biznes model elementlarini alohida kataklar sifatida emas,

bir-biriga ta'sir qiluvchi tizim sifatida ko'rishga yordam beradi. O'quvchi, masalan, yangi yetkazib berish kanalini tanlash xarajatlari va mijoz tajribasiga qanday ta'sir qilishini izohlashi kerak.

To'rtinchi haftada sodda moliyaviy model tuziladi. Talabalarga mahsulot yoki xizmatning birlik tannarxi, doimiy va o'zgaruvchan xarajatlari, sotuv narxi, marja va zararsizlik nuqtasini hisoblash topshiriladi. Murakkab buxgalteriya modelini talab qilish shart emas; asosiy maqsad iqtisodiy qarorning sonli oqibatini ko'ra olishdir. Turli senariylar — masalan, narx 10 foiz pasayganda yoki xomashyo xarajati oshganda — muhokama qilinsa, o'quvchi noaniqlik va riskni ham yaxshiroq anglaydi.

Beshinchi haftada marketing va sinov bosqichi tashkil etiladi. Guruhlar bitta asosiy kommunikatsiya kanalini tanlab, reklama xabari, ijtimoiy tarmoq posti maketi yoki oddiy landing-page konsepsiyasini ishlab chiqishi mumkin. Bu yerda “ko'proq reklama” emas, “to'g'ri auditoriyaga to'g'ri xabar” tamoyili muhim. O'quvchilardan nima uchun aynan shu kanal, shu auditoriya va shu xabar tanlanganini dalillash so'raladi. Natijada marketing qarori ijodiy topshiriqdan strategik qarorga aylanadi.

Oltinchi haftada loyiha pitching bilan yakunlanadi. Taqdimot 3–5 daqiqadan oshmasligi, muammo, mijoz, yechim, qiymat taklifi, biznes modelning asosiy jihatlari, sodda moliyaviy mantiq va keyingi qadamlarni qamrab olishi tavsiya etiladi. Savol-javob bosqichida o'quvchi o'z qarorini himoya qilish yoki asosli tanqid bo'lsa, uni qayta ko'rib chiqish qobiliyatini namoyon etadi. Baholashda faqat sahna madaniyati emas, taqdimot ortidagi dalillar va qarorlarning ichki mantiqi ustuvor bo'lishi lozim.

O'qituvchining roli va ta'lim muhitini tashkil etish

Faol metodlardan foydalanilganda o'qituvchining roli ma'ruza qiluvchidan jarayon dizayneri va fasilitatorga tomon o'zgaradi. O'qituvchi barcha javoblarni berishi emas, to'g'ri savollar orqali o'quvchini dalil izlashga yo'naltirishi kerak. “Bu g'oya yaxshi yoki yomon?” o'rniga “Qaysi mijoz uchun?”, “Buni qaysi dalil tasdiqlaydi?”, “Xarajat oshsa

nima bo‘ladi?”, “Raqobatchidan nimasi bilan farq qiladi?” kabi savollar o‘quvchilarda asoslash madaniyatini rivojlantiradi.

Ta’lim muhitida xato qilish imkoniyati ham muhim. Tadbirkorlik faoliyatida dastlabki taxminning tasdiqlanmasligi tabiiy holat bo‘lgani uchun o‘quv jarayonida ham g‘oyani o‘zgartirish yoki undan voz kechish salbiy baholanmasligi kerak. Aksincha, dalil asosida qilingan “pivot” — ya’ni yo‘nalishni o‘zgartirish — refleksiya va moslashuvchanlik belgisi sifatida ko‘rilishi mumkin. Bu yondashuv o‘quvchini faqat “to‘g‘ri javob” izlashdan real biznes fikrlashiga yaqinlashtiradi.

Shuningdek, mahalliy kontekstni hisobga olish dars samaradorligini oshiradi. O‘quv topshiriqlari yaqin atrofdagi savdo, xizmat ko‘rsatish, hunarmandchilik, qishloq xo‘jaligi, raqamli xizmatlar yoki ta’lim ehtiyojlari bilan bog‘langanida o‘quvchi iqtisodiy tushunchalarni bevosita hayotiy vaziyat bilan bog‘laydi. Bunda maqsad muayyan biznesni reklama qilish emas, balki mavjud muammoni kuzatish, manfaatdor tomonlarni aniqlash va qiymat yaratish imkoniyatini tahlil qilishdir.

Amaliy tavsiyalar

1. Har bir mavzuni kamida bitta amaliy biznes vazifasi bilan bog‘lash: “narx”, “xarajat”, “mijoz”, “marketing”, “risk” tushunchalari alohida emas, bitta loyiha ichida ishlatilsa yaxshiroq o‘zlashtiriladi.
2. Biznes g‘oyani baholashda “g‘oya qanchalik noodatiy?” savolidan ko‘ra “qaysi muammoni, kim uchun va qanday qiymat bilan yechadi?” savollariga ustuvorlik berish.
3. Moliyaviy savodxonlikni nazariy formuladan realga yaqin mini-hisobga o‘tkazish: birlik xarajat, marja, break-even nuqtasi va sodda pul oqimini hisoblatish.
4. Jamoaviy loyihalarda rollarni oldindan belgilash va yakunda individual refleksiya yozdirish; bu guruh ichidagi yashirin mehnat farqlarini ko‘rishga yordam beradi.
5. Pitchingdan faqat yakuniy taqdimot sifatida emas, oraliq feedback vositasi sifatida ham foydalanish; qisqa pitch o‘quvchini fikrini aniqlashtirishga majbur qiladi.

6. Baholash rubrikasini topshiriq boshida berish. O‘quvchi qanday mezon bo‘yicha baholanishini avvaldan bilsa, faoliyatini maqsadli tashkil qiladi.

Xulosa

“Biznes asoslari” fanining zamonaviy mazmuni o‘quvchini biznes terminlarini yod olishga emas, iqtisodiy va tadbirkorlik vaziyatida mustaqil fikrlash va qiymat yaratishga tayyorlashi zarur. Shu nuqtai nazardan case-study, PBL, loyiha usuli, biznes simulyatsiyasi, Business Model Canvas va pitching metodlarini integratsiyalash o‘quv jarayonini nazariy ma’lumot uzatishdan kompetensiya rivojlantirishga yo‘naltiradi.

Taklif etilgan siklik model diagnostika, amaliy vazifa, faol hamkorlik, taqdimot, refleksiya va qayta takomillashtirishni yagona jarayonga bog‘laydi. Bunday yondashuvda baholash ham test natijasi bilan cheklanmay, o‘quvchining muammoni tushunishi, qiymat taklifini yaratishi, moliyaviy asoslash, jamoada ishlash va fikrini himoya qilish qobiliyatlarini qamrab oladi. Kelgusida ushbu modelni turli ta’lim bosqichlarida eksperimental sinovdan o‘tkazish, oldingi va keyingi diagnostika natijalarini statistik tahlil qilish hamda metodlarning alohida va integratsiyalashgan ta’sirini qiyoslash maqsadga muvofiq.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Bacigalupo M., Kampylis P., Punie Y., Van den Brande G. EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016.
2. European Commission. Entrepreneurship Education: A Guide for Educators. Brussels: European Commission, 2013.
3. European Commission. EntreComp into Action: Get Inspired, Make It Happen. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018.

4. OECD. The Missing Entrepreneurs 2023: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment. Paris: OECD Publishing, 2023.
5. Global Entrepreneurship Monitor. Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report. GEM, 2024.
6. Kolb D. A. Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1984.
7. Neck H. M., Greene P. G. Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 2011, 49(1), 55–70.
8. Nabi G., Liñán F., Fayolle A., Krueger N., Walmsley A. The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 2017, 16(2), 277–299.
9. Fayolle A., Gailly B. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 2015, 53(1), 75–93.
10. Martin B. C., McNally J. J., Kay M. J. Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28(2), 211–224.
11. Bae T. J., Qian S., Miao C., Fiet J. O. The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2014, 38(2), 217–254.
12. Rideout E. C., Gray D. O. Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique. *Journal of Small Business Management*, 2013, 51(3), 329–351.
13. Pittaway L., Cope J. Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 2007, 25(5), 479–510.
14. Gibb A. A. In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning. *International Journal of Management Reviews*, 2002, 4(3), 233–269.

15. Kuratko D. F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005, 29(5), 577–597.
16. Fayolle A. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2007.
17. Lackéus M. *Entrepreneurship in Education: What, Why, When, How*. OECD Local Economic and Employment Development working paper, 2015.
18. Osterwalder A., Pigneur Y. *Business Model Generation*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010.
19. Ries E. *The Lean Startup*. New York: Crown Business, 2011.
20. Blank S., Dorf B. *The Startup Owner's Manual*. Pescadero: K&S Ranch, 2012.
21. Prince M. Does active learning work? A review of the research. *Journal of Engineering Education*, 2004, 93(3), 223–231.
22. Savery J. R. Overview of problem-based learning: Definitions and distinctions. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 2006, 1(1), 9–20.
23. Bell S. Project-based learning for the 21st century: Skills for the future. *The Clearing House*, 2010, 83(2), 39–43.
24. Freeman S. et al. Active learning increases student performance in science, engineering, and mathematics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2014, 111(23), 8410–8415.
25. Biggs J., Tang C. *Teaching for Quality Learning at University*. 4th ed. Maidenhead: Open University Press, 2011.
26. Bloom B. S. (Ed.). *Taxonomy of Educational Objectives: Handbook I, Cognitive Domain*. New York: David McKay, 1956.
27. Wiggins G., McTighe J. *Understanding by Design*. 2nd ed. Alexandria, VA: ASCD, 2005.