



Управление образования администрации
Кольчугинского района Владимирской области
Муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Средняя школа № 2»

Рассмотрена на заседании
педагогического совета
от «21» мая 2021г.
Протокол № 6

УТВЕРЖДЕНА
приказом директора
МБОУМ «Средняя школа № 2»
 Е.В. Новикова
приказ по ОО № 201 от 28.05.2021



Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая
программа социально-гуманитарной направленности
«Основы потребительской культуры»

Возраст обучающихся: 9 класс (15-16 лет)
Срок реализации: 1 год

Базовый уровень

Автор-составитель:
Овчинникова Алла Викторовна,
педагог дополнительного образования

г. Кольчугино, 2021г.

Пояснительная записка

Предлагаемый курс: «Основы потребительской культуры» поможет учащимся овладеть современными экономическими знаниями в области прав человека, умениями и навыками грамотного поведения и защиты потребителей в различных рыночных ситуациях в соответствии с законами Российской Федерации. Его изучение, в сочетании с образовательной деятельностью, а также выбора профиля дальнейшего образования, поможет школьникам адаптироваться к дальнейшей самостоятельной жизни.

Программа курса составлена на основе учебной программы В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительской культуры». Содержание учебного курса адаптировано к условиям школы с учетом индивидуальных особенностей учащихся, специфики образовательного учреждения, материально-технического и учебно-методического обеспечения учебного процесса.

Программа курса рассчитана на 68 часов учебного времени с учетом образовательных потребностей и интересов учащихся и представлена как цикл непрерывного обучения, интегрированного в экономические и правовые дисциплины. Формирование ЗУН данного курса осуществляется поэтапно от раздела к разделу за счет последовательного построения учебного материала, в доступной форме.

Внутренняя логика построения содержания курса предполагает сочетание теоретических и практических занятий с реализацией активизирующих и педагогических проективных методик с основной идеей курса. Практические занятия предполагают выполнение упражнений и заданий эвристического характера, а также проведение самостоятельных исследований учащимися - выполнение мини-проекта.

Курс «Основы потребительской культуры» тесно взаимодействует с гуманитарными областями знаний. Интегрированный характер содержания курса предполагает реализацию межпредметных связей с такими дисциплинами, как:

- иностранный язык - термины, маркировка, символы

- русский язык – правила написания терминов
- право, экономика – права и обязанности граждан, рынок, деньги
- химия – красители, жиры.

Цели курса:

1. Формирование знания и умения грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях.
2. Развитие экономического и логического мышления, творческих способностей, коммуникативных способностей.
3. Воспитание организованности, деловитости, культуры поведения и смелости в защите своих прав.

Задачи курса:

1. Подвести учащихся к осознанию необходимости овладения различными экономическими знаниями в области прав потребителей.
2. Ознакомить с основными законодательными актами, регламентирующими права и защиту интересов потребителей, а также элементы маркировки на упаковке товаров.
3. Показать, что потребитель является главным действующим лицом в рыночной экономике, поэтому должен знать требования объективных экономических законов и вести себя в соответствии с этими требованиями.
4. Наглядно в доступно-игровой форме вырабатывать умения и навыки разумного поведения потребителя при покупке товаров.

Требования к уровню подготовки:

По окончании изучения элективного курса «Основы потребительской культуры», учащиеся должны:

- иметь представление:

- о способах воздействия бизнеса на потребителей, критически оценивать рекламную информацию
- правовых законодательных актах, регулирующих права и защиту интересов потребителей,
- об органах по защите прав потребителей

- знать/понимать:

- место и роль потребителей в рыночной экономике, природу и сущность потребностей человека
- специфику взаимоотношений производителей и потребителей, продавцов и покупателей
- основы теории потребительского поведения
- свои права и обязанности как потребителей и куда следует обращаться в случае нарушения этих прав
- современную систему штрихового кодирования
- элементы маркировки на товарах

- уметь:

- разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения
- анализировать текущую информацию об изменениях в жизни общества
- различать символы на упаковке товаров, этикетках, вкладышах, ярлыках, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию
- защищать свои права в случае их нарушения
- решать ситуации, применяя закон РФ «О защите прав потребителей».
- оформлять иски заявления

- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни:

- методикой расшифровки штрихового кода
- технологией упаковки товаров
- технологией покупки товаров: одежды, обуви в кредит
- технологией определения элементов маркировки товаров

Учебно-тематический план

№	Наименование разделов и тем	Количество часов		
		Всего	Теория	Практика
<i>T.1</i>	<i>Потребительская культура и экология человека</i>	$5+1=6$		
1.1	Что такое потребительская культура		1	
1.2.	Культура потребителя и окружающая среда			1
1.3	Потребление: структура и нормы		1	1
1.4	Культура питания			1
<i>T.2</i>	<i>Потребитель и закон</i>	$8+1=9$		
2.1	Кто такой потребитель?		1	
2.2	Суверенитет и рациональность потребителя		1	
2.3	Разнообразие человеческих потребностей, классификация		1	1
2.4	Психология потребителя		1	1
2.5	Потребность в защите		1	1
<i>T.3</i>	<i>Потребитель – король на рынке</i>	$6+1=7$		
3.1	Что такое рынок?		1	
3.2	Виды и способы торговли			2
3.3	Продажа товаров в кредит		1	
3.4	Продажа товаров на дому у покупателей		1	1
<i>T.4</i>	<i>Куда уходят деньги?</i>	$6+1=7$		
4.1	Деньги – слуги или господа?		1	
4.2	Разумные расходы – статья доходов		1	1
4.3	Рациональный бюджет школьника			1
4.4	Каждый платит налоги		1	1
<i>T.5</i>	<i>Информация для потребителей</i>	$9+1=10$		
5.1	Источники информации			1

5.2	Реклама – двигатель торговли		1	1
5.3	Виды рекламы		1	2
5.4	Символы на этикетках, упаковках		1	1
5.5	Назначение товарных знаков		1	
<i>T.6</i>	<i>Искусство покупать</i>	10+1=11		
6.1	Качество товаров		1	1
6.2	Покупка продуктов питания		1	1
6.3	Как выбирать одежду и обувь?		1	1
6.4	Покупка бытовой техники		1	1
6.5	Всегда ли товар можно обменять?		1	1
<i>T.7</i>	<i>Потребительская культура в сфере услуг</i>	11+1=12		
7.1	Служба быта		1	
7.2	Правила пользования коммунальными услугами		1	1
7.3	Услуги связи		1	1
7.4	Образовательные услуги		1	1
7.5	Медицинские услуги		1	1
7.6	Финансовые услуги			1
7.7	Потребитель у нотариуса			1
<i>T.8</i>	<i>Защита прав потребителей</i>	5+1=6		
8.1	Государственные органы по защите прав потребителей		1	
8.2	Общественные организации по защите прав потребителей			1
8.3	Судебная защита прав потребителей		1	1
8.4	Возмещение морального вреда		1	
	<i>Обобщающий урок</i>	1		
	<i>Итого:</i>	60+8=68	30	30
Резервное время – 8 час				

Содержание программы

1. Потребительская культура и экология человека

Основные понятия:

Потребитель, потребность, потребительская культура, культура, производство, экология, экономика

Практикум: игра-диспут, мозговой штурм.

2. Потребитель и закон

Основные понятия:

Договор, закон, исполнитель, потребитель, мотив, рациональность потребителя, убеждение, суверенитет потребителя и производителя

Практикум: «Анализ человеческих потребностей», игра «Медицинский консилиум».

3. Потребитель – король на рынке

Основные понятия:

Конкуренция, кредит, рынок, спрос, товар, торговля

Практикум: конкурс «Торговые агенты».

4. Куда уходят деньги?

Основные понятия:

Деньги, доходы, налоги, расходы, потребительский бюджет, сбережения

Практикум: «Рациональный бюджет школьника», тест «Как стать миллионером?», аукцион понятий.

5. Информация для потребителей

Основные понятия:

Бренд, маркировка, пищевые добавки, реклама, товарный знак, этикетка

Практикум: игра «Рекламодатели», «Определение пищевых добавок в продуктах», конкурс рекламных роликов

6. Искусство покупать

Основные понятия:

Гарантийный срок, договор купли-продажи, неустойка, срок годности, срок службы товара, стандарт, товарный и кассовый чек-документ

Практикум: «Анализ проблемных ситуаций», «Как выбрать вещь в свое удовольствие», деловая игра «Потребитель на рынке».

7. Потребительская культура в сфере услуг

Основные понятия:

Акция, дивиденды, договор, инвестор, номинал, образование, полис, служба быта, тариф, финансовые учреждения, ценная бумага, эмиссия

Практикум: анализ проблемных ситуаций, «Заключаем договор», творческий проект «Куда вложить деньги»

8. Защита прав потребителей

Основные понятия:

Адвокат, исковое заявление, суд

Практикум: «Как правильно составить исковое заявление?», игра «Заседание суда», анализ проблемных ситуаций.

Обобщающий урок «Потребительская культура – это...»

Ролевая игра «Поединок», синквейн.

Контроль уровня обученности

Формы контроля знаний, умений, навыков:

- тестовые работы
- доклад
- графический диктант (верно/неверно)
- решение проблемных ситуаций
- урок-защита тематических заданий
- деловые и ролевые игры
- выполнение и защита мини-проекта

Способы оценки результатов деятельности учащихся:

- психолого-педагогический – анализ наблюдений деятельности учащихся
- рейтинговые оценки (тестирование)
- выполнение и защита заданий, проектов

Перечень литературы и средств обучения

1. Гражданский кодекс Российской Федерации
2. Федеральные законы РФ и Постановления Правительства РФ
3. Симоненко В.Д., Степченко В.А. «Основы потребительской культуры». Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс, 2005
4. Матвеева Т.М. и др. Олимпиады по основам потребительских знаний и предпринимательства (с ответами и решениями): Пособие для учителя. – М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008
5. Экономические журналы, публикации в местных и центральных газетах
6. Интернет-источники по экономической и правовой тематике