

муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение

«Призначенская средняя общеобразовательная школа»

Рассмотрено:
Руководитель РМО

_____ Г. Вербицкая
Протокол № 4
От «24» июня 2015 г.

Согласовано:
зам. директора школы

по УВР _____ И. Бугакова
«30» июня 2015 г.

Утверждено:
директор МБОУ
«Призначенская СОШ»
_____ Т. Суляева
Приказ № 142/59
от «31» августа 2015 г.

Рабочая программа элективного курса

Название курса: Основы потребительской культуры

Ф.И.О. педагога: Суляев Николай Михайлович

Класс: 11 Базовый уровень

Год разработки программы: 2015

Пояснительная записка

Рабочая программа элективного курса «Основы потребительской культуры» предназначена для учащихся 11 класса(базовый уровень).

Программа составлена на основе авторской программы элективного курса В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительской культуры»/ Сборник программно-методических материалов по экономике для общеобразовательных учреждений/Сост. Л.Н. Поташева.-М.: Вита-Пресс, 2012 г.

Формирование готовности молодежи к адаптации в изменяющихся условиях социально-экономической жизни, получение для этого соответствующих знаний — одна из насущных общественных потребностей, для удовлетворения которой школы вводят новые предметы. В связи с этим большое значение имеет элективный курс «Основы потребительской культуры».

Предлагаемая программа представлена как самостоятельный элективный курс, содержание которого связано с содержанием обществоведческих дисциплин, изучаемых на профильном уровне (экономика, обществоведение). Курс, предлагаемый авторами В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко рассчитан на 34 часа. Программа составлена в соответствии с объемом учебного времени, отводимого на изучение курса по учебному плану образовательного учреждения – 34 ч. в год, 1 часа в неделю.

Данная рабочая программа предполагает расширение знаний учащихся в области экономики, теории потребительского поведения, защиты прав потребителей. Главным действующим лицом в предлагаемой программе является потребитель, поэтому в ней рассматриваются проблемы, которые решает потребитель ежедневно, чтобы создать комфортные условия для жизни.

Образовательная цель: формирование у старшеклассников знаний основ потребительской культуры, правил поведения и качеств культурного потребителя.

Структура документа

Рабочая программа включает шесть разделов: пояснительную записку; требования к уровню подготовки учащихся; содержание программы учебного предмета, курса, дисциплины (модуля); календарно-тематическое планирование (учебно-тематический план); формы и средства контроля; описание материально-технического обеспечения образовательного процесса.

Задачи курса:

1. Освоение учащимися знаний рационального потребления, теории потребительского поведения и защиты прав потребителей.

2. Овладение умениями разумного выбора различных источников информации, товаров, услуг и навыками самозащиты на основе государственного законодательства.
 3. Развитие логического и критического мышления, творческих способностей, толерантности, коммуникативных умений.
 4. Воспитание важнейших качеств культурного потребителя: целеустремленности, настойчивости, выдержки, решительности, инициативности и самостоятельности, а также организованности и уверенности.
 5. Подготовка учащихся к успешной самостоятельной деятельности.
- В авторскую программу внесены изменения: были объединены уроки, темы занятий которых рассчитаны на два часа.
- Специфика курса (практико-ориентированный) предполагает сочетание теоретических и практических знаний, а также проведение отдельных практикумов на занятиях теоретического характера в течение 10-15 минут, в зависимости от специфики темы. Преобладающей формой текущего контроля знаний является выполнение практических заданий, упражнений, анализ ситуаций, работа с тестами, выполнение мини-проектов.

Требования к уровню подготовки.

По окончании изучения элективного курса «Основы потребительских знаний», 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: арбитражный суд, Государственный Антимонопольный комитет, Госстандарт России, Госсанэпидемслужба России.

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 и 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.

Место предмета в базисном учебном плане

Элективный курс «Основы потребительской культуры» в 11 классе используется в процессе осуществления предпрофильной и профильной подготовки. Часы для введения этого курса в универсальном профиле выделен из школьного компонента.

Содержание программы

Тема 1. Потребительская культура и экология человека. 2 час

Опорные понятия: культура, производство, потребительская культура, потребление, рациональное потребление, экология, экономика.

Понятие «культура». Виды культуры. Принципы культурного потребления.

Понятие «потребительская культура», ее место в системе общей культуры человека. Потребительская культура личности и общества. Важнейшие слагаемые потребительской культуры: материальные и духовные ценности, знания, образцы и нормы поведения. Уровни потребительской культуры.

Взаимосвязь человека с природой. Экономическая деятельность и экология человека. Виды потребления. Рациональное потребление. Питание и здоровье человека.

П/Р: Расчет энергетической ценности меню одного дня»

Тема 2. Потребитель и закон. 4 час.

Опорные понятия: договор, закон, изготовитель, исполнитель, кассовый чек, мотив, потребитель, потребность, продавец, рациональность потребителя, самоменеджмент, суверенитет потребителя, суверенитет производителя, товарный чек, убеждение, усвоение.

Понятие «потребитель» в быденной ЖИЗНИ. КТО является потребителем по «закону»? Основные права потребителей.

Суверенитет потребителя. Причины, ограничивающие суверенитет потребителя и суверенитет производителя.

Рациональность потребителя. Возникновение и развитие потребностей. Переход потребностей с одного уровня на другой. Основные виды потребностей. «Пирамида» человеческих потребностей по А. Маслоу.

Психология потребителя. Психологические факторы поведения потребителя. Мотив и потребность. Самоменеджмент и его роль в управлении поведением потребителя.

П/Р: «Анализ человеческих потребностей».

Тема 3. Потребитель — король на рынке. 3 час.

Опорные понятия: гипермаркет, конкуренция, кредит, рынок, спрос, супермаркет, товар, торговля.

Сущность выражения «Потребитель — король...». Понятие «рынок». Товары потребительского назначения: длительного пользования, краткосрочного пользования и бытовые услуги. Потребительский спрос и факторы спроса. Что выигрывает от конкуренции потребитель?

Виды торговли. Продажа гражданам товаров длительного пользования в кредит; по образцам. Особенности комиссионной торговли и на дому у покупателей.

Виды и способы магазинной и внемагазинной торговли: преимущества и недостатки. Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты.

П/Р: «Выявление достоинства и недостатков оптовой и розничной торговли».

Тема 4. Куда уходят деньги? 4 час.

Основные понятия: деньги, доходы, налоги, номинальный доход, расходы, реальный доход, потребительский бюджет, сбережения.

Деньги. Из истории возникновения денег. Свойства и функции денег. Пластиковые карты: правила пользования. Национальная валюта. Как потребителю грамотно распоряжаться деньгами?

Доходы и их источники. Номинальные и реальные доходы. Потребительские расходы. Классификация расходов. Закон Энгеля. Рациональный бюджет школьника.

Виды налогов: прямые и косвенные. Права и обязанности налогоплательщиков. Сколько и за что следует платить? Льготы при уплате налогов. Ответственность налогоплательщиков в случае нарушения законодательства.

П/Р: «Рациональный бюджет школьника»

Тема 5. Информация для потребителей. 5 час.

Опорные понятия: бренд, вкладыш, информация, информационная асимметрия, маркировка, пищевые добавки, потребительская информация, реклама, сертификат соответствия, товарный знак, этикетка.

Право потребителей на информацию. Источники информации: контролируемые и иные. Достоверность информации. Понятие «реклама», формы рекламы. Наиболее популярные приемы, используемые в рекламе.

Классификация видов рекламы. Федеральный закон «О рекламе». Виды рекламы. Публичная оферта и социальная реклама.

Маркировка. Средства, с помощью которых потребитель получает информацию о товарах: этикетка, вкладыш, маркировка на упаковке продуктов питания, промышленных товаров. Закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184. О знаке обращения на рынке.

Товарный знак фирмы — лучшая реклама. Особенности использования символики и товарных знаков. Подделка товарного знака и ее последствия. Условия использования чужого товарного знака. Регистрация товарных знаков. Отличие бренда от товарного знака.

Пищевые добавки (индекс Е). Причины, по которым применяются пищевые добавки. Классификация пищевых добавок. Запрещенные к применению в России индексы Е. Противопоказания к использованию продуктов с пищевыми добавками.

П/Р: «Что обозначают знаки маркировки».

Тема 6. Искусство покупать. 4 час.

Опорные понятия: гарантийный срок, договор купли-продажи, недостаток товара, неустойка, скрытые недостатки, срок годности, срок службы товара, стандарт, существенный недостаток, товарный и кассовый чек-документ.

Что мы понимаем под качеством товаров? Виды недостатков товаров. Специальные сроки, устанавливаемые на товары.

Знакомство с основными положениями «Правил продажи отдельных видов товаров». Особенности продажи продовольственных товаров. Информация о продовольственных товарах. Условия продажи хлебобулочных изделий, мясомолочных продуктов.

Что должен знать покупатель при покупке одежды и обуви? Международные размеры.

Как не ошибиться в выборе при покупке сложной бытовой техники? Доставка крупногабаритных товаров. Рациональное использование бытовых приборов.

О правилах продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения, животных и растений; товаров бытовой химии; видеофильмов.

Перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичным товаром (от 20.10.1998 № 1222).

Требования потребителя в случае приобретения недоброкачественного товара. Условия обмена товара с недостатком. Сроки обмена товара ненадлежащего качества. Ответственность продавца перед покупателем за нарушение его прав. Неустойка.

Право потребителя на обмен качественных товаров. Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации (ПП РФ от 20.10.1998 № 1222; от 06.02.2002 № 81).

П/Р: «Анализ проблемных ситуаций».

Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг. 9 час.

Основные понятия: акция, дивиденды, договор, инвестор, номинал, нотариус, образование, полис, служба быта, страхование, тариф, финансовые учреждения, ценная бумага, эмиссия.

Служба быта. «Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации» (ПП РФ от 02.10.1999 № 1104; в ред. от 30.09.2000 № 742).

Оформление заказов на услуги. Договор. Что должно быть в договоре? Поведение потребителя в химчистке, в ремонтной мастерской, в ателье.

Правила пользования коммунальными услугами. Права и обязанности потребителя и исполнителя услуг. Что должен знать потребитель при пользовании радио и телефоном?

Закон «О защите прав потребителей» защищает права пассажиров, туристов. Правила проживания в гостиницах.

Образовательные услуги. Понятие «образование» в Законе РФ «Об образовании». Заключение договора о плате за обучение. Государственные и частные учебные заведения.

Услуги лечебных учреждений. Обязательное медицинское страхование. Требования потребителя в случае оказания некачественной услуги. Ответственность медицинского учреждения перед потребителем в случае нарушения его прав.

Финансовые услуги. Банки и вклады. Куда более выгодно вложить деньги? Банковский кредит. Кто и как может получить кредит? Что нужно знать о кредитном договоре? Как правильно застраховать вклад? Дорожные чеки.

Потребитель у нотариуса. Какие действия может выполнять нотариус? Удостоверение сделок, договоров (договор купли-продажи; договор мены, договор дарения, договор ренты).

Об услугах страховых агентств. Закон РФ «О страховании». Порядок заключения и прекращения договора страхования. Какие убытки подлежат возмещению? Противоправные действия третьих лиц. Как определяется размер ущерба? Страховая сумма.

П/Р: «Подписываем договор с туристической фирмой».

Тема 8. Кто защищает права потребителей? 4 час.

Опорные понятия: адвокат, исковое заявление, кассационная жалоба, суд. Федеральная антимонопольная служба (ФАС), ее задачи и функции. Территориальные управления Федеральной антимонопольной службы.

Задачи Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Общие и специальные функции Федеральной службы по техническому регулированию и метрологии.

Государственная инспекция по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей и ее территориальные органы.

Органы местного самоуправления. Общественные организации потребителей: их особенности и права.

Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП). «Спрос» — специальное, независимое издание для потребителей, журнал без рекламы.

Торгово-промышленная палата, ее роль в защите прав потребителей. Экспертные лаборатории. Лицензирование видов деятельности.

Суд и адвокат. Как обжаловать решение суда? Каков порядок подачи кассационной жалобы, каким требованиям она должна удовлетворять? Что должно быть в исковом заявлении? Что такое моральный вред и как он возмещается? Кем определяется размер возмещения морального вреда?

П/Р: «Составление искового заявления».

Обобщающий урок курса: «Потребительская культура — это...».

Учебно - тематический план на 2015-2016 учебный год

Раздел тема	Кол- во часов	Кол -во П/Р	Кол -во К/Р
Тема 1. Потребительская культура и экология человека	2	1	-
Тема 2. Потребитель и закон	4	1	-
Тема 3. Потребитель – король на рынке	3	1	-
Тема 4. Куда уходят деньги?	4	1	-
Тема 5. Информация для потребителей	5	1	-
Тема 6. Искусство покупать	4	1	-
Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг	9	1	-
Глава 8. Кто защищает права потребителя	3	1	-
итого	34	8	-

Календарно-тематическое планирование
Основы потребительской культуры. 11 класс.

№ п/п	Тема урока	Кол -во час	Дата		Прим е чание
			план	факт	
Тема 1. Потребительская культура и экология человека		2			
1	Что такое потребительская культура. Культура потребителя и окружающая среда	1	02.09		
2	Потребление: структура и нормы Культура питания П/Р№1: Расчет энергетической ценности меню одного дня»	1	09.09		
Тема 2. Потребитель и закон		4			
3	Кто такой «потребитель»? Суверенитет и рациональность потребителя.	1	16.09		
4	Разнообразие человеческих потребностей и их классификация.	1	23.09		
5	Психология потребителя. П/Р №2: «Анализ человеческих потребностей».	1	30.09		П/Р
6	Потребность в защите: закон « О защите прав потребителей»	1	07.10		
Тема 3. Потребитель – король на рынке		3			
7	Что такое рынок? Виды и способы торговли	1	14.10		
8	Продажа товаров в кредит Комиссионная торговля. П/Р №3: «Выявление достоинства и недостатков оптовой и розничной торговли».	1	21.10		П/Р
9	Продажа товаров по образцам и на дому у покупателей. Дешевле только даром	1	28.10		
Тема 4. Куда уходят деньги?		4			
10	Деньги – слуги или господа?	1	11.11		
11	Разумные расходы- статья доходов	1	18.11		
12	Рациональный бюджет школьникаП/Р №4: «Рациональный бюджет школьника».	1	25.11		П/Р
13	Каждый платит налоги	1	02.12		

Тема 5. Информация для потребителей		5			
14	Источники информации	1	09.12		
15	Реклама – двигатель торговли. Виды рекламы	1	16.12		
16	Символы на этикетках, упаковках, вкладышах.	1	23.12		
17	Назначение товарных знаков	1	13.01		
18	Индекс Е. Что он означает? П/Р №5: «Что обозначают знаки маркировки».	1	20.01		П/Р
Тема 6. Искусство покупать		4			
19	Качество товаров. Будьте внимательны при покупке продуктов питания	1	27.01		
20	Как выбрать одежду и обувь?	1	03.02		
21	Бытовая техника: всерьез и надолго	1	10.02		
22	Всегда ли товар можно обменять? П/Р №6: «Анализ проблемных ситуаций».	1	17.02		П/Р
Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг		9			
23	Служба быта	1	24.02		
24	Правила пользования коммунальными услугами	1	02.03		
25	«У меня зазвонил телефон...»	1	09.03		
26	Это должен знать каждый отправляющийся в дорогу. П/Р №7: «Подписываем договор с туристической фирмой».	1	16.03		П/Р
27	Век живи, век учись.	1	23.03		
28	Будьте здоровы...	1	06.04		
29	Финансовые услуги	1	13.04		
30	Потребитель у нотариуса	1	20.04		
31	Об услугах страховых агентств.	1	27.04		
Тема 8. Кто защищает права потребителя		4			
32	Защита прав потребителя: государственные органы и общественные организации	1	04.05		
33	В каких случаях потребитель имеет право на судебную защиту? П/Р №8: «Составление искового заявления»	1	11.05		П/Р
34	Что такое моральный вред и как он возмещается?	1	18.05		

Формы и средства контроля

- 1.Фронтальный опрос
2. Практическая работа
- 3.Деловая игра.
- 4.Индивидуальные задания
- 5.Рефераты

Описание материально-технического обеспечения образовательного процесса.

№	Наименования объектов и средств материально-технического обеспечения	Требуемое количество	% обеспеченности
1	Документы по налоговому праву	1 компл	100
2	Схемы	1 компл.	100
3	Универсальный портативный компьютер.	1	100
4	Цифровой проектор.	1	0
5	Экран настенный.	1	0
6	Энциклопедия	5	0
7	Исторические источники.	1 компл	50
8	Справочники по избирательному праву.	5	0
9	Учебно-методические комплекты по избирательному праву	14	0
10	Задачники, банки заданий по избирательному праву	1 компл	60

Учебно-методический комплект:

Программа: В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительской культуры»/ Сборник программно-методических материалов по экономике для общеобразовательных учреждений/Сост. Б.И. Мишин, Л.Н. Поташева. - М.: Вита-Пресс, 2006.

Учебные пособия:

Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Учебн. пособие. — М.: Вита-Пресс, 2004.

Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Хрестоматия для учащихся. — М.: Вита-Пресс, 2004.

Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Практикум для учащихся. — М.: Вита-Пресс, 2004.