

МБОУ «Средняя общеобразовательная школа» с. Объячево

**Рабочая программа**  
элективного курса  
**«Основы потребительских знаний»**

Низовцева М.Н.-  
учитель истории и экономики

Объячево 2013

## СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.	3
Требования к уровню подготовки.	4
Учебно-тематический план	6
Содержание программы	8
Контроль уровня обученности	12
Способы оценки результатов деятельности учащихся	12
Перечень литературы и средств обучения	13
Список использованных источников	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## **Пояснительная записка.**

В настоящее время в общеобразовательной школе нет специального предмета, в результате изучения которого школьники приобретали бы знания о правах и обязанностях потребителя, системе защиты прав потребителей, о разумном потребительском поведении. Эти знания очень востребованы в современной жизни, поэтому данный курс приобретает особую актуальность.

Предлагаемый элективный курс «Основы потребительских знаний» 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.

Программа курса составлена на основе учебной программы Б. И. Мишина В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительских знаний» и рассчитана на 14 часов учебного времени.

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

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

- иностранный язык (термины, маркировка, символы)
- право – права и обязанности граждан, знакомство с законом
- экономика – принципы потребительского поведения
- химия – красители, жиры.

### **Цель курса:**

Формирование грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях.

### **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. Выработать умения и навыки разумного поведения потребителя при покупке товаров.
4. Развивать экономическое и логическое мышления, творческие и коммуникативные способности.

### **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 и элементы маркировки на товарах.

**Уметь:**

- разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения
- 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.

## Учебно-тематический план

№	Наименование разделов и тем	Количество часов			Форма проведения	Образовательный продукт
		Всего	Теория	Практика		
P.1	<i>Потребитель и его потребности.</i>	1 ч.	1 ч.			
1.1	Кто такие потребители? Классификация человеческих потребностей		1 ч.		Мини-лекция с элементами дискуссии	Конспект
P.2	<i>Источники информации для потребителей.</i>	5 ч.	2ч.	3 ч.		
2.1.	Реклама. Виды рекламы.		1 ч.		Мини-лекция с элементами дискуссии	Реклама на товар. Конспект.
2.2	Упаковка товаров.		0,5ч.	0,5ч.	Мини-лекция с элементами практических исследований	Конспект. Нормативные документы.
2.3	Маркировка товаров. Определение видов маркировки.		0,5ч.	0,5ч.	Мини-лекция с элементами практикума	Конспект. Нормативные документы. Таблица.
2.4	Современная система штрихового кодирования			1ч.	Лекция с элементами практикума	Конспект. Таблица: "Методика расчета штрих-кода"
2.5	Индекс "Е" на упаковке			1 ч	Мини-лекция с элементами практических исследований	Конспект.
P.3	<i>Поведение потребителей при покупке товаров.</i>	2 ч.	1 ч.	1 ч.		
3.1	Как потребитель подходит к выбору			1 ч.	Беседа с элементами	Конспект. Отчет.

	различных товаров.				практических исследований	
3.2	Как продаются товары.		1 ч.		Беседа элементами дискуссии	с Конспект. Нормативные документы.
<i>P.4</i>	<i>Закон РФ "О защите прав потребителей".</i>	<i>6 ч.</i>	<i>2 ч.</i>	<i>4 ч.</i>		
4.1	Система государственных органов по защите прав потребителей		1 ч.		Встреча юристом	с Конспект. Нормативные документы.
4.2	Основные понятия закона РФ "О защите прав потребителей"		1 ч.		Мини-лекция элементами дискуссии	с Конспект. Нормативные документы.
4.3	Закон РФ "О защите прав потребителей" ст.18-25			2 ч.	Составление и решение эвристических ситуаций	и Решение и составление ситуации.
4.4	Вы приобрели недоброкачественный товар. Как оформить исковое заявление.			1 ч.	Урок-диспут	Составленная ситуация. Исковое заявление. Нормативные документы.
4.5	Зачет: Решение ситуаций по защите прав потребителей			1 ч.	Решение тестов, проблемных ситуаций	Составленная ситуация.
<b>Итого</b>		<b>14ч.</b>	<b>6ч.</b>	<b>8ч.</b>		

## Содержание программы

### **Раздел №1. Потребитель и его потребности.**

Кто является потребителем. Суверенитет потребителя. Общее представление о видах потребностей. «Пирамида» человеческих потребностей по Маслоу. Психология потребителя. Самоменеджмент в деятельности потребителя. Потребление и сбережение. Права и обязанности потребителей.

#### ***Основные понятия:***

Потребитель, потребность, суверенитет потребителя, продавец, обязанность, потребительская культура, право

#### ***В результате изучения данной темы ученик должен***

##### ***Знать***

1. Понятие о потребностях, их видах
2. Права и обязанности потребителей

##### ***Уметь***

1. Приводить примеры разных видов потребностей
2. Обосновать, почему потребитель обладает суверенной властью на рынке

##### ***Практическая часть***

1. Практическая работа: «Анализ человеческих потребностей».

### **Раздел №2. Источники информации для потребителей.**

Реклама. Виды рекламы. Приемы, используемые в рекламе. Достоинства и недостатки рекламу. Проблемы государственного регулирования рекламы. Сертификация продукции. На какие виды продукции необходим сертификат. Какую информацию потребитель может получить из сертификата. Как регулируется право потребителя на информацию. Символы на этикетках, упаковках, вкладышах. Товарные знаки и их назначение. Штриховой код. Разновидности систем кодирования. Что стоит за цифрами. Кто имеет право ставить штрих-код на товаре. Индекс Е. Для чего нужны пищевые добавки. Классификация пищевых добавок.



### ***Основные понятия:***

Индекс Е, реклама, сертификат, товарный знак, этикетка, штрих-код, товарная марка, упаковка.

### ***В результате изучения данной темы ученик должен***

#### ***Знать***

1. Из каких источников можно получить сведения о товарах и услугах
2. Некоторые важнейшие символы на упаковках товаров
3. Понятие сертификации
4. Основные рекламные приемы

#### ***Уметь***

1. Анализировать полученную информацию и использовать ее при выборе товара или услуги
2. Выбирать товар, ориентируясь на символы, указанные на упаковке товара
3. Вырабатывать собственные критерии оценки товара
4. Критически относиться к рекламе, противостоять ее воздействию

### ***Практическая часть***

1. «Определение пищевых добавок в продуктах»
2. «Определение видов маркировки»
3. «О чем нам расскажет штрих-код»
4. «Создание рекламы»

### **Раздел №3. Поведение потребителей при покупке товаров.**

Что должен знать потребитель о товаре. Требование к товару. Вы покупаете продукты питания. О чем следует помнить потребителю при покупке товаров. Как не ошибиться в выборе товара. Международные стандарты размеров одежды. Качество товаров. Недостатки: явные, скрытые, существенные. Специальные сроки: гарантийный срок, срок годности, срок службы. Замена недоброкачественного товара. Обмен товаров надлежащего качества. Особенности продажи товаров: в кредит, по образцам, по заказам и на дому у покупателя, по почте, в комиссионном магазине. Торговые уловки: скидки, распродажи, лотереи,

торговля по схеме «пирамида». Преимущества и недостатки указанных видов продажи.

***Опорные понятия:***

гарантийный срок, качество, недостатки, срок годности, дата реализации, срок службы, скидка, кредит, рассрочка.

***В результате изучения данной темы ученик должен***

***Знать***

1. Цепочку, по которой товар доходит от производителя до потребителя
2. Разные формы торговли
3. Торговые уловки продавца
4. Сроки, устанавливаемые на товар
5. Как можно заменить товар

***Уметь***

1. Распознавать торговые уловки и противостоять им
2. Делать правильный выбор при покупке разных товаров: хлебобулочных, мясомолочных продуктов, одежды

***Практическая часть***

1. «Международные стандарты размеров одежды»
2. «Расшифровка маркировки на консервированной продукции»
3. Деловая игра: «Как я покупаю товар?»
4. Экскурсия в супермаркет

**Раздел №4. Закон РФ «О защите прав потребителей».**

Государственный антимонопольный комитет России. Госстандарт России, Госсанэпидемслужба России, Государственный комитет по стандартизации, метрологии и сертификации. Органы по защите прав потребителей. Общественные организации потребителей, их функции и полномочия. Правила обращения в суд. Как обжаловать решение суда. Кассационная жалоба, исковое заявление. Что должно быть указано в исковом заявлении. Кто может определить размер морального вреда. Как возмещается моральный вред. Изучение статей 18 – 25 закона РФ «О защите прав потребителей».

### ***Основные понятия:***

Адвокат, арбитраж, исковое заявление, Государственный антимонопольный комитет, исковое заявление, кассационная жалоба, моральный вред, суд.

### ***В результате изучения данной темы ученик должен***

#### ***Знать***

1. Систему защиты интересов потребителей
2. В каких случаях необходимо обратиться к юристу и в суд
3. Что такое моральный вред и как он возмещается

#### ***Уметь***

1. Написать исковое заявление
2. Анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель
3. Находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей»

### ***Практическая часть***

1. «Как правильно составить исковое заявление?»
2. «Как обжаловать решение суда?»
3. Анализ конкретных практических ситуаций.
4. Организация встречи с руководителями Департамента по социальной политике комитета, отделов по защите прав потребителей при местной администрации
5. Деловая игра: «Вы приобрели недоброкачественный товар».

## **Контроль уровня обученности.**

*Формы контроля знаний, умений, навыков:*

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

## **Способы оценки результатов деятельности учащихся:**

- рейтинговые оценки (тестирование)
- выполнение и защита заданий, проектов.

## Список литературы

*Для учащихся:*

1. Закон РФ « О защите прав потребителей»
2. Публикации в местных и центральных газетах.

*Для учителя:*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 1 и 2. М., 1994.
2. Закон РФ « О защите прав потребителей»
3. Закон РФ «О рекламе»
4. Закон РФ «О сертификации»
5. Симоненко В.Д., Степченко В.А. «Основы потребительской культуры». Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс, 2005.
6. Теория потребительского спроса и поведения. – В.М. Гальперина. – СПб.:1996.
7. Настольная книга покупателя/ авт.сост. А.М. Горбов.-М.:АСТ, 2005.
8. Потребитель в законе: Самоучитель разумного потребительского поведения. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 2005г.
9. Экономические журналы «Спрос», «Впрок», «Денежка», публикации в местных и центральных газетах.