

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
«Средняя общеобразовательная школа № 21» г. Белгорода

<p>«Рассмотрено» Руководитель МО Афанасьева Т.Н. <i>Афанасьева</i> Протокол № <u>10</u> от «<u>15</u>» <u>июня</u> 2020 г.</p>	<p>«Согласовано» Заместитель директора МБОУ СОШ № 21 Богачева В.Г. <i>Богачева</i> «<u>31</u>» <u>августа</u> 2020 г.</p>	<p>«Утверждаю» Директор МБОУ СОШ №21 Галкина М.А. <i>Галкина</i> Приказ № 340 от « 31 » августа 2020г.</p>
--	---	--

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
по элективному курсу «Основы потребительской культуры»  
уровня среднего общего образования  
Романовой Светланы Геннадьевны

2020 год

## Пояснительная записка

**Рабочая программа** элективного курса «Основы потребительской культуры» для 10-11 классов составлена в соответствии с нормативно-правовыми документами и инструктивно – методическим обеспечением:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изм., внесенными Федеральными законами от 04.06.2014 г. № 145-ФЗ, от 06.04.2015 г. № 68-ФЗ, ред. 17.03.2018) // <http://www.consultant.ru/>; <http://www.garant.ru/>;
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.03.2004 г. № 1089 «Об утверждении Федерального компонента государственного образовательного стандарта начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования» (в ред. Приказов Минобрнауки России от 03.06.2008 г. № 164, от 31.08.2009 г. № 320, от 19.10.2009 г. № 427, от 10.11.2011 г. № 2643, от 24.01.2012 г. № 39, от 31.01.2012 г. № 69, от 23.06.2015 г. № 609, от 07.06.2017 г. № 506) // <http://www.consultant.ru/>;
3. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 31.03.2014 г. № 253 «Об утверждении Федерального перечня учебников, рекомендуемых к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования» (в ред. Приказов Минобрнауки России от 08.06.2015 г. № 576, от 28.12.2015 г. № 1529, от 26.01.2016 г. № 38, от 21.04.2016 г. № 459, от 29.12.2016 г. № 1677, от 08.06.2017 г. № 535, от 20.06.2017 г. № 581, от 05.07.2017 г. № 629) // <http://www.consultant.ru/>; <http://www.garant.ru/>;
4. Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 29.12.2010 № 189 (ред. От 25.12.2013 г.) «Об утверждении СанПиН 2.4.2.2821-10 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации обучения в общеобразовательных учреждениях» (Зарегистрировано в Минюсте России 03.03.2011 г. № 19993), (в ред. Изменений № 1, утв. Постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 29.06.2011 № 85, Изменений № 2, утв. Постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 25.12.2013 г. № 72, Изменений № 3, утв. Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 24.11.2015 г. № 81) // <http://www.consultant.ru/>; <http://www.garant.ru/>;
5. На основе авторской программы элективного курса В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительской культуры»/ Сборник программно-методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений/Сост. Л.Н. Поташева.-М.: Вита-Пресс, 2015

**Уровень рабочей программы** – базовый.

**Направленность рабочей программы** – для средней общеобразовательной школы.

**Срок реализации программы** – 2 года

**Количество часов** – 68 часов (1 час в неделю)

10 класс – 34 часа

11 класс -34 часа

Предлагаемая программа представлена как самостоятельный курс, содержание которого связано с содержанием обществоведческих дисциплин.

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.

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

**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.

**Требования к уровню подготовки.**

**Знать/понимать:**

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

- место и роль потребителей в рыночной экономике, природу и сущность потребностей человека;
- специфику взаимоотношений производителей и потребителей, продавцов и покупателей;
- способы воздействия бизнеса на потребителей;
- основные виды источников информации для потребителей, их особенности;
- правовые законодательные акты, регулирующие права и защиту интересов потребителей.
- названия органов по защите прав потребителей, их полномочия в области защиты прав потребителей
- свои права и обязанности как потребителей и механизм их защиты;

**Уметь:**

- разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения;
- определять уровень своей потребительской культуры, принимать рациональные экономические решения;
- 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;
- применять алгоритм защиты своих прав как потребителя на практике;
- анализировать ситуации из жизни, применяя закон РФ «О защите прав потребителей».

## 2. Содержание программы учебного курса раскрывает необходимый уровень знаний.

№п/п	Наименование раздела	Содержание программы учебного курса		
		должны знать / понимать	уметь	использовать приобретённые знания и умения в практической деятельности
<b>10 класс</b>				
1	Потребительская культура и экология человека.	<p>Потребление и его виды. Потребительская культура и ее место в системе общей культуры человека. Принципы культурного потребления. Уровни потребительской культуры.</p>	<p>В результате изучения ученик должен уметь ориентироваться в системе защиты интересов потребителей .Уметь написать исковое заявление. Анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель.</p> <p>Находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей»</p>	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей;</p> <p>первичного анализа и использования социальной информации;</p> <p>сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>

2	Потребитель и закон.	<p>Понятие «Потребитель».</p> <p>Основные права потребителей.</p> <p>Суверенитет потребителя и производителя.</p> <p>Рациональность потребителя.</p> <p>Потребности, их виды и уровни.</p> <p>«Пирамида» человеческих потребностей по А. Маслоу.</p> <p>Психология потребителя. Закон о защите прав потребителей.</p>	анализировать законодательные источники	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей; первичного анализа и использования социальной информации; сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>
3	Потребитель – король на рынке.	<p>Понятие «рынок». Товары потребительского назначения и их виды. Потребительский спрос и факторы спроса. Различия в мотивах покупателей и продавцов. Торговля.</p>	<p>Написать исковое заявление.</p> <p>Анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель.</p> <p>Находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей»</p>	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p>
4	Куда уходят деньги?	<p>История и причины возникновения, виды, свойства и функции денег. Национальная валюта.</p> <p>Пластиковые карты: правила пользования. Доходы: виды и источники. Расходы.</p> <p>Классификация расходов. Закон Энгеля.</p> <p>Налоги и их виды. Права, обязанности и ответственность</p>	составлять бюджет	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и</p>

		налогоплательщика		<p>гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей;</p> <p>первичного анализа и использования социальной информации;</p> <p>сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>
5	Информация для потребителей.	<p>Источники информации. Формы и наиболее популярные приемы, используемые в рекламе. Классификация видов рекламы. Публичная оферта и социальная реклама. Средства информации о товаре: маркировка, этикетка, вкладыш. Товарный знак. Бренд. Пищевые добавки (индекс E).</p>	находить информацию о товаре	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей;</p> <p>первичного анализа и использования социальной информации;</p> <p>сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>

**11 класс**

1	Информация для потребителей.	Право потребителей на информацию. Источники информации: контролируемые и иные. Достоверность информации. Понятие «реклама». Формы рекламы. Наиболее популярные приемы, используемые в рекламе.	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	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей;</p> <p>первичного анализа и использования социальной информации;</p> <p>сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>
2	Искусство покупать	<p>Что мы понимаем под качеством товаров? Виды недостатков товаров.</p> <p>Специальные сроки, устанавливаемые на товары.</p> <p>Знакомство с положениями «Правил продажи отдельных товаров».</p> <p>Особенности продажи продовольственных товаров.</p> <p>Информация о</p>	<p>В результате изучения ученик должен уметь ориентироваться в системе защиты интересов потребителей .Уметь написать исковое заявление. Анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель.</p> <p>Находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей»</p>	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей;</p>

	<p>продовольственных товарах. Условия продажи хлебобулочных изделий, мясомолочных продуктов.</p> <p>Что должен знать покупатель при покупке одежды и обуви? Международные размеры.</p> <p>Как не ошибиться в выборе при покупке сложной бытовой техники? Доставка крупногабаритных товаров. Рациональное использование бытовых приборов.</p> <p>О правилах продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения, животных и растений; товаров бытовой химии; видеофильмов.</p> <p>Перечень товаров длительного пользования, на которые нераспространяется требования покупателей о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичным товаром (ПП РФ от 20.10.1998 № 1222).</p> <p>Требования потребителя в случае приобретения недоброкачественного товара.</p>		<p>первичного анализа и использования социальной информации;</p> <p>сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>
--	---	--	---



		<p>Условия обмена товара с недостатками. Сроки обмена товаров ненадлежащего качества. Ответственность продавца перед покупателем за нарушение его прав. Неустойка.</p> <p>Право потребителя на обмен качественный товаров. Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размеров, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации (ПП РФ от 20.10.1998 № 1222; от 06.02.2002 №81).</p>		
3	Потребительская культура в сфере услуг.	<p>Служба быта. «Правила бытового обслуживания населения Российской Федерации» (ПП РФ от 02.10.1999 №1104; в ред. От 30.09.2000 №742).</p> <p>Оформление заказов на услуги. Договор. Что должно быть в договоре? Поведение потребителя в химчистке, в ремонтной мастерской, в ателье.</p>	<p>В результате изучения ученик должен уметь ориентироваться в системе защиты интересов потребителей .Уметь написать исковое заявление. Анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель. Находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей»</p>	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей;</p> <p>общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей;</p>

		<p>Правила пользования коммунальными услугами. Правила и обязанности потребителя и исполнителя услуг. Что должен знать потребитель при пользовании радио и телефоном?</p> <p>Закон «О защите прав потребителей» защищает права пассажиров, туристов. Правила проживания в гостиницах.</p> <p>Образовательные услуги. Понятие «образование» в Законе РФ «Об образовании». Заключение договора о плате за обучение. Государственные и частные учебные заведения.</p> <p>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</p>		<p>первичного анализа и использования социальной информации;</p> <p>сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>
--	--	---	--	---

		<p>кредит? Что нужно знать о кредитном договоре? Как правильно застраховать вклад? Дорожные чеки.</p> <p>Потребитель у нотариуса. Какие действия может выполнять нотариусом? Удостоверение сделок, договоров (договор купли – продажи; договор мены, договор дарения, договор ренты).</p> <p>Об услугах страховых агентств. Закон РФ «О страховании». Порядок заключения и прекращение договора страхования. Какие убытки подлежат возмещению?</p> <p>Противоправные действия третьих лиц. Как определяется размер ущерба? Страховая сумма.</p>		
4.	Кто защищает права потребителей?	<p>Территориальные управления антимонопольной службы. Задачи Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.</p> <p>Общие и специальные функции Федеральной службы по техническому</p>	<p>В результате изучения ученик должен уметь ориентироваться в системе защиты интересов потребителей. Уметь написать исковое заявление. Анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель.</p>	<p>полноценного выполнения типичных для подростка социальных ролей; общей ориентации в актуальных общественных событиях и процессах;</p> <p>нравственной и правовой оценки конкретных поступков людей;</p> <p>реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских</p>

		<p>регулированию и метрологии.</p> <p>Государственная инспекция по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей и ее территориальные органы.</p> <p>Органы местного самоуправления. Общественные организации потребителей: их особенности и права.</p> <p>Международная конференция обществ потребителей. «Спрос» - специально независимое издание для потребителей, журнал без рекламы.</p> <p>Торгово-промышленная палата, ее роль в защите прав потребителей.</p> <p>Экспертные лаборатории.</p> <p>Лицензирование видов деятельности.</p> <p>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?</p>	<p>Находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей»</p>	<p>обязанностей;</p> <p>первичного анализа и использования социальной информации;</p> <p>сознательного неприятия антиобщественного поведения</p>
--	--	--	---	--

### 3. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование раздела	Количество часов	Практическая часть
<b>10 класс</b>			
1	Потребительская культура и экология человека.	6	Практикум-1
2	Потребитель и закон.	9	Практикум-3
3	Потребитель – король на рынке.	7	Практикум-1 Проект-1
4	Куда уходят деньги?	6	-
5	Информация для потребителей.	6	Практикум-1 Деловая игра-1
<b>11 класс</b>			
1	Информация для потребителей.	5	Практикум-3
2	Искусство покупать	11	Практикум-4 Деловая игра-2
3	Потребительская культура в сфере услуг.	12	Практикум-4 Творческий проект-1
4	Кто защищает права потребителей?	6	Практикум-1 Деловая игра-1

## **Критерии оценивания.**

Ответ ученика оценивается по пятибалльной шкале. При оценивании ответов и выставлении отметки можно руководствоваться следующими примерными критериями, которые носят рекомендательный характер.

Отметка «5» ставится, если учащийся продемонстрировал системные знания по поставленному вопросу. Раскрыл его логично, показав понимание взаимосвязей характеризуемых объектов и явлений, не допустив ошибок и неточностей; использовал необходимую терминологию, подкреплял теоретические положения конкретными примерами.

Отметка «4» ставится за ответ, из которого ясно, что учащийся имеет основные знания по данному вопросу, представления о причинно-следственных связях, влияющих на процессы и явления, но в котором отсутствуют некоторые элементы содержания, или присутствуют неточности, или ответ нелогичен, или неверно используется терминология.

Отметка «3» ставится за ответ, в котором учащийся проявляет фрагментарное знание элементов содержания, но не может подкрепить их конкретными примерами, имеет общие представления о процессах или явлениях, но не может раскрыть их сущность.

## **Основные формы и средства контроля знаний, умений и навыков**

- устные и письменные развернутые ответы;
- фронтальная беседа;
- контрольные работы;
- работа с терминами (письменно и устно);
- выполнение творческих заданий.

## **Учебно-методические средства.**

Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Учебное 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

Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Методическое пособие. — М.: Вита-Пре