



**Муниципальное общеобразовательное учреждение многопрофильная
гимназия № 12 города Твери.**

Утверждено На заседании педагогического совета гимназии Протокол № 1 От «01»августа 2023г.	Утверждаю Директор МОУ гимназии № 12 г. Твери Т.В. Слесарева Приказ № 254 от «01» августа 2023 г.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Программа дополнительного образования: «Основы потребительской культуры».

**Программа составлена Мирошник Н.С.
учителем истории и обществознания
высшей категории
МОУ гимназии № 12 г.Твери**

Тверь, 2023г.

Пояснительная записка.

Формирование готовности молодежи к адаптации в изменяющихся условиях социально-экономической жизни, получение для этого соответствующих знаний – одна из насущных общественных потребностей. В связи с этим большое значение имеет курс «Основы потребительской культуры». Рабочая программа «Основы потребительской культуры» составлена на основе авторской программы Симоненко В.Д., Степанченко Т.А. Предлагаемая рабочая программа может быть представлена на двух уровнях: как цикл непрерывного обучения, интегрированного в экономические обществоведческие и правовые дисциплины, и как самостоятельный независимый курс. При выборе первого уровня преподаватель использует принцип ограничения (расширения) отдельных разделов и тем с учетом межпредметных связей и имеющегося опыта учащихся. Предлагаемый тематический план рассчитан для второго уровня на 68 ч учебного времени и предназначен для учащихся старших профильных классов.

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

Задачи

1. Освоение учащимися знаний рационального потребления, теории потребительского поведения и защиты прав потребителей.
2. Владение умениями разумного выбора различных источников информации, товаром, 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.

Общая характеристика курса.

Предлагаемая рабочая программа может быть представлена на двух уровнях: как цикл непрерывного обучения, интегрированного в экономические обществоведческие и правовые дисциплины, и как самостоятельный независимый курс. При выборе первого уровня преподаватель использует принцип ограничения (расширения) отдельных разделов и тем с учетом межпредметных связей и имеющегося опыта учащихся. Предлагаемый тематический план рассчитан для второго уровня на 68 ч учебного времени и предназначен для учащихся старших профильных классов. Главным действующим лицом в предлагаемой программе является потребитель, поэтому в ней рассматриваются проблемы, которые решают потребители ежедневно, чтобы создать комфортные условия для жизни.

В программе восемь тем. В первой теме рассматривается сущность понятия «потребительская культура», уровни потребительской культуры, проблемы взаимодействия человека с окружающей средой, а также вопросы рационального потребления и питания.

Из второй темы учащиеся узнают о законе «О защите прав потребителей» и правах потребителей, получают сведения о классификации человеческих потребностей, психологии и суверенитете потребителя.

«Потребитель – король на рынке» - это третья тема, цель которой познакомить учащихся с видами рынков, способами торговли и отдельными правилами продажи товаров.

При изучении четвертой темы учащимся предлагается поразмышлять над финансовыми проблемами потребителей. Большое значение имеет владение

потребителем информацией о продавце (изготовителе, исполнителе), о предлагаемых им товарах (работах, услугах), поэтому в пятой теме рассматриваются доступные и необходимые для потребителя источники информации.

В следующих двух темах анализируется поведение потребителей при покупке товаров и при оказании услуг. Особое внимание необходимо обратить на такие вопросы, как поведение потребителей при покупке продуктов питания, одежды и обуви, сложной бытовой техники, использование прав потребителями в случае приобретения товара с недостатком и при обмене качественных товаров. Следует сосредоточить внимание на правах и обязанностях сторон (потребителей и исполнителей) в различных типах учреждений (служба быта, финансовые, коммунальные услуги, образовательные и медицинские учреждения и др.). Разъяснить учащимся, какую помощь потребителям могут оказать нотариус и страховое агентство.

Хорошо знать права потребителей чрезвычайно важно (тема 8). Причем не просто знать, но и проявлять активность в их защите, поэтому завершает программу глава о защите прав потребителей, цель которой – познакомить учащихся с системой государственных органов и общественных организаций по защите прав потребителей, с оформлением необходимой документации, если дело дошло до судебного разбирательства. Примечательно, что все ответы на различные ситуации даются со ссылкой на конкретные статьи закона «О защите прав потребителей», соответствующие правовые и другие нормативные документы.

Программой предусмотрено **сочетание различных форм и методов обучения**: уроки – деловые игры, практикумы, уроки – защиты тематических заданий, творческих работ, экскурсии и самостоятельные работы, а также решение тестов, задач и проблемных ситуаций, которые способствуют более эффективному решению образовательных задач. Особое внимание уделяется самостоятельной работе учащихся, которая включает в себя поиск дополнительной литературы, осмысление и анализ фактов, написание рефератов и выполнение творческих проектов.

Рекомендуемые формы контроля могут быть следующие:

- при текущем контроле: фронтальный опрос; индивидуальные задания (письменно и устно); самостоятельные и практические работы;
- при промежуточном контроле (в конце изучения каждой темы): тестирования;
- при итоговом контроле: защита проектов.

Содержание программы «Основы потребительской культуры».

Тема 1. Потребительская культура и экология человека.

Опорные понятия: культура, производство, потребительская культура, 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.

Практикум: игра-диспут; мозговой штурм

Тема 2. Потребитель и закон.

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

Понятие «потребитель» в обыденной 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.

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

Тема 3. Потребитель — король на рынке.

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.

Практикум: конкурс «Торговые агенты».

Тема 4. Куда уходят деньги?

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.

Практикум: «Рациональный бюджет школьника»; тесты «Как вам стать миллионером?»; аукцион понятий.

Тема 5. Информация для потребителей.

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.

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.

Практикум: игра «Рекламодатели», «Что обозначают эти знаки (маркировка)?», «Определение пищевых добавок в продуктах», «Товарный знак – лучшая реклама».

Тема 6. Искусство покупать.

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 товара? 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.

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 недовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации.

Практикум: «Анализ проблемных ситуаций» (специальные сроки и недостатки товара), «Как выбрать вещь в свое удовольствие», «Потребитель на рынке».

Деловая игра: «Как я покупаю товар?».

Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг.

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 РФ.

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 аренды).

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.

Практикум: «Заключаем договор» (на определенный вид услуг, например образовательных или медицинских), анализ проблемных ситуаций, «Подписываем контракт с туристической фирмой», творческий проект «Куда вложить деньги».

Тема 8. Кто защищает права потребителей?

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?

Практикум: «Как правильно составить исковое заявление?», «Как обжаловать решение суда?», «Эксперты», анализ проблемных ситуаций.

Учебно-тематический план

№ п/п	Название темы	Кол-во часов		
		Теоретич. занятие	Практич. занятие	Всего
	Тема 1. Потребительская культура и экология человека			5+1*=6
1.1	Что такое потребительская культура	1		
1.2	Культура потребителя и окружающая среда	1	1	
1.3	Потребление: структура и нормы	1		
1.4	Поговорим о культуре питания		1	
	Тема 2. Потребитель и закон			8+1*=9
2.1	Кто такой потребитель?	1		
2.2	Суверенитет и рациональность потребителей	1		
2.3	Разнообразие человеческих потребностей и их классификация	1	1	
2.4	Психология потребителя	1	1	
2.5	Потребность в защите: закон «О защите прав потребителей»	1	1	
	Тема 3. Потребитель – король на рынке			6+1*=7
3.1	Что такое рынок?	1		
3.2	Виды и способы торговли		1	
3.3	Продажа товаров в кредит. Комиссионная торговля	1		
3.4	Продажа товаров по образцу и на дому у покупателей	1		
3.5	Дешевле только даром	1		
	Тема 4. Куда уходят деньги?			6+1*=7
4.1	Деньги – слуги или господя?	1		
4.2	Разумные расходы – статья доходов	1	1	
4.3	Рациональный бюджет школьника		1	
4.4	Каждый платит налоги	1	1	
	Тема 5. Информация для потребителей			9+1*=10
5.1	Источники информации		1	
5.2	Реклама – двигатель торговли	1	1	
5.3	Виды рекламы	1	1	
5.4	Символы на этикетках, упаковках, вкладышей	1	1	
5.5	Назначение товарных знаков	1		
5.6	Индекс Е. Что он означает?		1	
	Тема 6. Искусство покупать			10+1*=11
6.1	Качество товаров	1	1	
6.2	Будьте внимательны при покупке продуктов питания	1	1	
6.3	Как выбирать одежду и обувь?	1	1	
6.4	Бытовая техника: всерьез и надолго	1	1	
6.4	Всегда ли товар можно обменять?	1	1	

	Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг			11+1*=12
7.1	Служба быта	1		
7.2	Правила пользования коммунальными услугами	1		
7.3	«У меня зазвонил телефон...»	1		
7.4	Это должен знать каждый, отправляясь в дорогу	1		
7.5	Век живи, век учись	1	1	
7.6	Будьте здоровы...	1	1	
7.7	Финансовые услуги	1		
7.8	Потребитель у нотариуса		1	
7.9	Об услугах страховых агентов	1		
	Тема 8. Кто защищает права потребителей?			5+1*=6
8.1	Государственные органы по защите прав потребителей и их территориальные управления	1		
8.2	Общественные организации по защите прав потребителей		1	
8.3	В каких случаях потребитель имеет право на судебную защиту?	1	1	
8.4	Что такое моральный вред и как он возмещается?	1		
	Обобщающий курс			1*
	Итого	35	25	60+8=68
	Резерв:	8ч.		

Литература.

Симоненко В.Д., Степанченко Т.А. Основы потребительской культуры: Учебное пособие.- М.: Вита - Пресс, 2004-2007г.

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

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

Васильева Н. В. Рабочая тетрадь по курсу «Основы потребительской культуры». .- М.: Вита - Пресс, 2007г.

Матвеева Т.М.и др. Олимпиады по основам потребительских знаний и предпринимательства (с ответами и решениями): пособие для учителя. .- М.: Вита - Пресс, 2008г.

Планируемые результаты учебной деятельности.

Программа предусматривает формирование у учащихся общеучебных умений и навыков, универсальных способов деятельности и ключевых компетенций:

- объяснение изученных положений на предлагаемых конкретных примерах;
- решение познавательных и практических задач, отражающих типичные экономические ситуации;
- применение полученных знаний для определения экономически рационального поведения и порядка действий в конкретных ситуациях;
- умение обосновывать суждения, давать определения, приводить доказательства;

- поиск нужной информации по заданной теме в источниках различного типа и извлечение необходимой информации из источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.).
- работа с текстами различных стилей, понимание их специфики; адекватное восприятие языка средств массовой информации;
- участие в проектной деятельности, владение приемами исследовательской деятельности, элементарными умениями прогноза (умение отвечать на вопрос: «Что произойдет, если...»);
- пользование мультимедийными ресурсами и компьютерными технологиями для обработки, передачи, систематизации информации, создания баз данных, презентации результатов познавательной и практической деятельности;
- владение основными видами публичных выступлений (высказывание, монолог, дискуссия, полемика).