

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение

г. Хабаровска

“Математический лицей”

ПРИНЯТО

на заседании  
Педагогического  
совета

Протокол № 1

от 23 августа 2018 г.

УТВЕРЖДЕНО

Приказ № 01-16/53

от «01» сентября 2018 г.

Директор Г.Я. Готсдинер



Рабочая программа

по внеурочной деятельности

Азбука потребителя

8-10 класс(ы)

Составитель:

учитель Настобурская О.В.

высшей категории

# **Рабочая программа внеурочной деятельности "Азбука потребителя"**

## **Пояснительная записка**

В соответствии с требованиями ФГОС в образовательных учреждениях организуется внеурочная деятельность. Организация занятий по внеурочной деятельности является неотъемлемой частью образовательного процесса. Данная программа внеурочной деятельности направлена на социальное и интеллектуальное развитие личности.

В настоящее время, которое характеризуется как период с переходной рыночной экономикой, все большую актуальность и востребованность приобретает знание основ потребительского поведения. Данная востребованность связана с тем, что все мы в конечном итоге являемся потребителями и должны иметь представление о своих правах. И чем раньше школьник получает опыт экономических отношений с точки зрения складывающихся условий рыночной конъюнктуры, тем проще, успешнее и увереннее чувствует себя в дальнейшем.

**Цель** данной программы – в процессе изучения основ потребительского поведения формировать у учащихся 6-х классов установки грамотного поведения в различных рыночных ситуациях. Программа так же является подготовительным этапом в изучении основ экономической науки и должна способствовать формированию интереса учащихся к экономике. Программа ориентирована на подготовку пятиклассников к жизни в новых экономических условиях. Социально – экономические знания, получаемые школьниками, должны формировать гражданина и соответствовать нормам и правилам, принятым в цивилизованном обществе.

### **Задачи курса**

- Дать учащимся общие представления об особенностях существующей рыночной ситуации;
- Сформировать установки учащихся относительно их прав и обязанностей как потребителей, познакомить их с существующей в России системой защиты прав потребителей;
- В доступной форме вырабатывать умения и навыки разумного поведения потребителей при покупке товаров, оказании услуги.

Программа представляет собой адаптированный вариант программы для 8-9 классов общеобразовательных учебных заведений, авторами которой являются П.В. Крючкова, Е.В. Кузнецова, А.Н. Фонтанова. Данный вариант адаптирован с учетом возрастных особенностей, сокращен с 68 часов в год до 34 часов учебного времени в год и предназначен для учащихся 8-10-х классов при нагрузке 1 час в неделю. Сокращение часов в первую очередь касается темы “Деньги и потребитель” так как основные понятия темы, такие как, например, “валюта” или “пластиковые карты”, рассматриваются подробно при изучении экономики в последующих классах. Программа рассчитана на учащихся 8-10-х классов, так как в этом возрасте дети начинают активно выступать в качестве потребителей, но устойчивые стереотипы потребительского поведения у них еще не сформировались.

Темы для изучения отобраны с учетом возрастных особенностей школьников. Они предусматривают ознакомление учеников с экономическими основами большинства потребительских проблем, с которыми они и их семьи встречаются в повседневной жизни.

Этот период З.Фрейд называл латентной стадией в развитии личности, когда человек учится завоевывать признание, занимаясь полезным и нужным делом. Именно на этой стадии более широкое общество становится важным в отношении предоставления ребенку возможностей для понимания значимых ролей в технологии и экономике данного общества. В этот период происходит смена типов ведущей деятельности ребенка – от учебной деятельности к общению. Интеллектуальное развитие ребенка в этот период связано с возможностями творческого воображения, получения удовлетворения от процесса фантазирования. Этот процесс, по мнению психологов, напоминает игру. Как считает Л.С. Выготский, игра ребенка перерастает в фантазию подростка. Игра способствует выделению для сознания ребенка социально принятых этических норм поведения и осмыслению их. Игра дает некоторое обобщенное знание, которое непосредственно соединяется с положительными или отрицательными эмоциональными переживаниями.

Вот почему игровая форма, выполнение различных творческих заданий могут быть выбраны в качестве основных приемов обучения пятиклассников. Дети легко откликаются на все нестандартные формы проведения занятий и с удовольствием проникаются поставленными задачами. Все это создает комфортную психологическую атмосферу, помогает сделать учебный материал интересным и доступным для восприятия. Задача учителя состоит в том, чтобы сложный язык экономической науки, которым говорят такие крупнейшие ученые – исследователи как Пол Самуэльсон, Адам Смит, Альфред Маршалл, Торстейн Веблен и другие, стал понятным и доступным языком общения школьников на все последующие годы обучения. Еще одним важным нюансом в работе учителя является умение разъяснить и показать на примере значение законодательной строки Закона о защите прав потребителей, на который также опирается данный курс. В зависимости от уровня подготовленности класса можно варьировать степень сложности, добавлять в изучение какой-либо темы подходящие для изучения ситуации.

С точки зрения экономической теории, главным действующим лицом в рыночной системе является потребитель, поэтому первый раздел программы раскрывает нам роль потребителя в рыночной экономике, механизм рыночного взаимодействия, значение Закона о защите прав потребителей.

Одним из важных моментов успешного и рационального поведения потребителя на рынке является владение полной и достоверной информацией о продавце (производителе) и предлагаемых им товарах (услугах), поэтому второй раздел посвящен доступным для потребителя – пятиклассника источникам информации.

Поведение потребителей при покупке товаров или услуг рассматриваются более конкретно в разделе III.

Так как в рыночной экономике деньги являются самым дефицитным, а потому и самым нужным для потребителя товаром, то в главе IV рассматриваются вопросы сохранения и приумножения имеющихся денежных ресурсов потребителя

И наконец, завершением программы является раздел о защите прав потребителей, главной задачей которого является ознакомление учащихся с ситуацией, когда дело все же может дойти до судебного разбирательства.

Программа предусматривает сочетание различных форм и методов обучения: уроки – деловые игры, практикумы в виде создания и защиты проектов, проигрывание житейских ситуаций, выполнение творческих заданий, участие в конкурсах, тестовой контроль качества знаний. Организация работы по предмету осуществляется на нескольких уровнях усвоения знаний, что позволяет учитывать психологические индивидуальные особенности обучаемых и использовать дифференцированный подход. Дидактические особенности репродуктивного уровня обучения реализуются в основном на практических работах в которых учитель – ведомый, задача ученика – повторить по аналогии. Конструктивный уровень выполнения работы подразумевает применение знаний по аналогии, в знакомой ситуации. Такой подход реализуется через проигрывание житейских ситуаций, решение тестов, проведение деловых игр. И, наконец, возможности творческого роста, применение знаний в новой ситуации могут быть реализованы через создание и защиту проекта на заданную тему. Программа использует разноуровневый подход к подбору объектов изучения для практических работ. В отличие от других подобных программ большую часть времени (18 из 34 часов) предполагается отвести на активные методы обучения. Ведение игровой методики является основной формой реализации программы. Еще одной особенностью предлагаемой программы является ориентация на следующие принципы обучения:

- доступность предлагаемого к изучению материала;
  - сознательное усвоение знаний через применение их на практике;
  - поддержание инициативы и развитие творческих способностей учащихся;
  - гуманизм и развитие личности через создание благоприятного микроклимата в школьном коллективе – как в социуме с равными возможностями для всех его членов;
  - преемственность в обучении как сохранение взаимосвязи предыдущего с последующим; этот принцип хорошо просматривается через межпредметные связи
- Эта программа предоставляет большие возможности творческого роста и для учителя, поскольку многие непредвиденные ситуации в рыночной экономике, а также в сфере потребительского поведения остаются за рамками данного учебного курса. Поэтому преподаватель вправе вносить изменения и дополнения в содержание программы с учетом изменяющихся условий рыночной среды, индивидуальных особенностей детей и собственной позиции.

### Учебно-тематический план курса "Азбука потребителя"

Название раздела	Количество часов	УУД
Раздел 1. Кто такие потребители	5	<b>Ориентироваться</b> в источниках информации. <b>Отвечать</b> на простые вопросы учителя, находить нужную информацию. <b>Участвовать</b> в диалоге на уроке и в жизненных ситуациях. <b>Отвечать</b> на вопросы учителя, товарищей по классу. <b>Соотносить</b> выполненное задание с образцом, предложенным учителем.
Раздел 2. Информация и потребитель	9	<b>Отбирать</b> необходимые источники информации для решения учебных задач. <b>Извлекать</b> информацию,

		представленную в разных формах (текст, таблица, схема, экспонат, модель, а, иллюстрация и др.) <b>Отстаивать</b> свою точку зрения, соблюдая правила речевого этикета.
Раздел 3. Как вести себя потребителю	10	Выполняя различные роли в группе, <b>сотрудничать</b> в совместном решении проблемы (задачи). <b>Участвовать</b> в работе группы, распределять роли, договариваться друг с другом. <b>Оформлять</b> свои мысли в устной и письменной речи с учетом своих учебных и жизненных речевых ситуаций.
Раздел 4. Деньги и потребитель	4	<b>Самостоятельно предполагать</b> , какая дополнительная информация буде нужна для изучения незнакомого материала; отбирать необходимые источники информации среди предложенных учителем словарей, энциклопедий, справочников, электронные диски. <b>Уметь</b> передавать содержание в сжатом, выборочном или развёрнутом виде.
Раздел 5. Кто нас защищает	2	<b>Извлекать информацию</b> , представленную в разных формах (текст, таблица, схема, экспонат, модель, а, иллюстрация и др.) <b>Участвовать</b> в диалоге; слушать и понимать других, высказывать свою точку зрения на события, поступки. <b>Представлять информацию</b> в виде текста, таблицы, схемы, в том числе с помощью ИКТ
Итоговое обобщение	4	
Итого	34	

## Содержание тем курса внеурочной деятельности

### **Раздел 1. Кто такие потребители- 5 часов**

Закона РФ «О защите прав потребителей». Источники правового регулирования отношений по защите прав потребителей. Гражданское законодательство о защите прав потребителей. *Специальные термины*: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, уполномоченная организация, импортер, товар, работа, услуга, обязательные требования, технический регламент, стандарт, подтверждение соответствия, обязательная и добровольная сертификация, декларирование соответствия, недостаток товара (работы, услуги), существенный недостаток товара (работы, услуги), безопасность товара (работы, услуги).

### **Раздел 2. Информация и потребитель- 9 часов**

Понятие информации. Требования, предъявляемые законом «О защите прав потребителей» к информации: полнота, достоверность, доступность. Язык

информирования. Момент передачи информации потребителю. Перечень информации, подлежащей обязательному доведению до сведения потребителя. Сведения, составляющие содержание информации о товаре (работе, услуге), и способы доведения оных до сведения потребителя. Сведения о продавце (изготовителе, исполнителе, уполномоченной организации, импортере): содержание и способы доведения до сведения потребителя. Источники информирования населения. Реклама как основной источник информации. Реклама, ее цели. Роль рекламы в сбыте товара. Реклама как источник информации. Насколько правдива реклама. Правовое регулирование рекламной деятельности. Закон «О рекламе» о видах рекламы. Законная и незаконная реклама. Контрреклама. Социальная реклама. Что такое информация? Какая информация нужна потребителям? Где найти нужную информацию? Знаки и символы. Зачем нужны этикетки? Информация на этикетке. Дополнительная информация о товаре, связанная с его использованием.

### **Раздел 3. Как вести себя потребителю- 10 часов**

Право потребителя на свободный выбор товара. Право потребителя на обмен товара надлежащего качества в розничной купле-продаже. Непродовольственные товары, не подлежащие возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации. Существенные условия заключения договора. Потребитель в роли пассажира. Права пассажиров. Образовательные услуги. Источники информации и условия заключения договора.

### **Раздел 4. Деньги и потребитель - 4 часа**

Виды денег. Деньги настоящие и фальшивые. Способы защиты денежных знаков. Пластиковые карты. Способы защиты. Правила пользования банкоматом. Формы накопления и сбережения.

### **Раздел 5. Кто нас защищает - 2 часа**

Развитие потребительского движения в мире и в России. Государственные органы по защите прав потребителей: Федеральная антимонопольная служба, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Общественные организации защиты прав потребителей: их особенности и права. Международная конфедерация обществ потребителей. Правила обращения в суд.

### **Требования к уровню подготовки учащихся**

- Объяснить место потребителей в современной экономике.
- Раскрыть права и обязанности потребителей.
- Познакомить с алгоритмом действия в типичных потребительских ситуациях.
- Научить использовать потребительскую информацию и различные денежные инструменты.
- Знать и уметь использовать права потребителя при покупке товаров в магазине, при пользовании услугами в службе быта, на транспорте, поступая в платное учебное заведение.
- Знать этику потребительского поведения.
- Знать и уметь использовать способы самозащиты каждого потребителя.

### **Список литературы**

Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Албука потребителя: Учебн. пособие по элективному курсу для 8—9 кл. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2005— 2006. Для учителя

Аншаков М. Г., Бармина Н. Ю. Постатейный комментарий к закону «О защите прав потребителей». — М., 2006.

Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая и третья. — М.: ТК Велби, Проспект, 2012.

Заморенова Н. Г., Яковлев А. П. Справочник потребителя. — М.: Юриспруденция, 20012.

Основы потребительских знаний: Учебник для старших классов общеобразоват. учрежд. / Виноградова И., Кокорев Р., Колосова М. и др.; Под общ. ред. П. Крючковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ВИТА- ПРЕСС, ИИФ «Спрос» КонфОП, 2001.

Пилыева В. В. Защита прав потребителей: Словарь-справочник с законодательными актами и образцами документов. — М.: АСТ: Аст- рель: Транзиткнига, 2006.

Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: Учебн. пособие / Науч. ред. М. В. Удальцова. — М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2003.

Ткачев В. Н. Защита прав потребителей в Российской Федерации: Учебн. пособие. — М.: Городец, 2005.

В.Д.Симоненко. Албука потребителя. Учебное пособие для 8-9 классов общеобразовательных учреждений М.Издательство Вита 2005

В.Д.Симоненко. Основы потребительской культуры, учебное пособие, хрестоматия для учащихся, практикум для учащихся, методическое пособие М. Вита-пресс 2007

Календарно– тематический план *8 кл.*

№ темы	Название разделов и тем	Количество часов			дата	
		Всего	Теоретические занятия	Практические занятия	По плану	По факту
	<b>Раздел I.</b> Кто такие потребители.	5	2	3		
1	Кто такие потребители.	1		1	<i>05.09</i>	<i>05.09</i>
2	Как мы выбираем товары и услуги.	2	1	1	<i>12.09</i>	<i>12.09</i>
3	Как продаются товары.	2	1	1	<i>19.09</i>	<i>19.09</i>
					<i>26.09</i>	<i>26.09</i>
					<i>03.10</i>	<i>03.10</i>
4	<b>Раздел II.</b> Информация и потребитель. Источники информации для потребителей.	9	3	6		
	Что читать на	2	1	1	<i>10.10</i> <i>17.10</i>	<i>10.10</i> <i>17.10</i>

5	этикетке товара.	4	1	3	24.10	24.10.
6	Реклама и ее регулирование.	3	1	2	07.11 14.11 21.11 28.11	07.11 14.11 21.11 28.11
7	<b>Раздел III.</b> Как вести себя потребителю. Наши потребительские права.	10	4	6	12.12 19.12 26.12	12.12 19.12 26.12
8	Поведение потребителя в магазине.	2	1	1		
9	Потребитель в службе быта.	1		1		
10	Поведение потребителя на транспорте.	1		1		
11	Потребительские услуги в путешествии.	1		1		
12	Потребитель в системе образования.	1	1			
13	Этика потребительского поведения.	1	1			
14	“Зеленое” потребление.	2	1	1		
15	<b>Раздел IV.</b> Деньги и потребитель. Наши расходы.	4	2	2		
16	Как покупать дешевле.	1	1	1		
17	Азартные игры.	2	1	1		
18	<b>Раздел V.</b> Кто нас защищает. Самозащита потребителя.	2	2			



19	Куда обратиться за помощью.	1	1			
	Обобщение	4	2	2		
	ИТОГО:	34часа	14	20		

Календарно- тематический план

*10 кл*

№ темы	Название разделов и тем	Количество часов			дата	
		Всего	Теоретические занятия	Практические занятия	По плану	По факту
	<b>Раздел I.</b>					
	Кто такие потребители.	5	2	3		
1	Кто такие потребители.	1		1	<i>07.09</i>	<i>07.09</i>
2	Как мы выбираем товары и услуги.	2	1	1	<i>14.09</i> <i>21.09</i>	<i>14.09</i> <i>21.09</i>
3	Как продаются товары.	2	1	1	<i>28.09</i> <i>05.10</i>	<i>28.09</i> <i>05.10.</i>
	<b>Раздел II.</b> Информация и потребитель. Источники информации для потребителей.	9	3	6		
4	Источники информации для потребителей.	2	1	1	<i>12.10</i> <i>19.10</i>	<i>12.10.</i> <i>19.10.</i>
5	Что читать на этикетке товара.	4	1	3	<i>26.10</i> <i>09.-23.11</i>	<i>26.10</i> <i>09.-23.11</i>
6	Реклама и ее регулирование.	3	1	2	<i>14-21.12</i>	<i>14-21.12</i>
	<b>Раздел III.</b>	10	4	6		
	Как вести себя потребителю. Наши потребительские права.	2	1	1		
7	Наши потребительские права.	2	1	1		
8	Поведение потребителя в магазине.	1		1		
9	Потребитель в службе быта.	1		1		
10	Поведение потребителя на транспорте.	1		1		
11	Потребительские услуги в путешествии.	1		1		
12	Потребитель в системе образования. Этика	1	1			

13	потребительского поведения. “Зеленое” потребление.	1	1			
14		2	1	1		
15	<b>Раздел IV. Деньги и потребитель.</b> Наши расходы.	4	2	2		
16	Как покупать дешевле.	1	1	1		
17	Азартные игры.	2	1	1		
18	<b>Раздел V. Кто нас защищает.</b> Самозащита потребителя.	2	2			
19	Куда обратиться за помощью.	1	1			
	Обобщение	4	2	2		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>34часа</b>	<b>14</b>	<b>20</b>		