

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Гора-Подольская средняя общеобразовательная школа»

«Согласовано»

Руководитель МО

В.В. Жилиникова В.В.

Протокол № 5 от
« 21 » июня 2013 г

«Согласовано»

Заместитель директора школы по УВР

МБОУ «Гора-Подольская СОШ»

Л.В. Толмачева
Толмачева Л.В.
« 28 » июня 2013г

«Рассмотрено»

Педагогическим советом школы

Протокол 7 от « 29 » августа 2013г

«Утверждаю»

Директор МБОУ «Гора-Подольская

СОШ»

В.Г. Беспалов
Беспалов В.Г.

Приказ № 164 от « 29 » августа 2013 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПО ЭЛЕКТИВНОМУ КУРСУ

ОСНОВЫ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ
11 класс

Разработала и реализует:

Шматко Н.Г.

учитель географии

МБОУ «Гора-Подольская СОШ»

2013г

**Программа элективного курса
«Основы потребительской культуры»
11 класс**

Программа курса составлена на основе учебной программы Б. И. Мишина В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительских знаний» (2000 г.). Содержание учебного курса адаптировано к условиям нашей школы с учетом индивидуальных особенностей учащихся, специфики образовательного учреждения, материально-технического и учебно-методического обеспечения учебного процесса.

Программа рекомендована методическими письмами Белгородского регионального института повышения квалификации педагогических работников.

В соответствии с учебным планом школы

Программа курса предназначена для учащихся 11 класса, соответствует целям профильного обучения и рассчитана на 34 часа.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

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 программы, 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 потребителям 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 учителю следует уделять самостоятельной работе учащихся, которая должна включать поиск дополнительной литературы, осмысление и анализ фактов, написание рефератов и выполнение творческих проектов. При составлении программы авторы преследовали основную цель — сформировать у учащихся основы потребительской культуры, следовательно, многие непредвиденные ситуации в сфере потребительского поведения остались за рамками данного курса.

Задачи

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.

Рабочая программа элективного курса «Основы потребительской культуры» рекомендована для преподавания в 10 классе методическими письмами Белгородского регионального института повышения квалификации педагогических кадров и составлена на основе авторской программы В.Д.Симоненко Т.А. Степанченко «Основа потребительской культуры». (Программа элективного курса для 10-11 классов (для любого профиля). Изд Вита-Пресс, 2008.) Преподавание данного курса в рамках профильной подготовки старшеклассников рассчитано на 34 часа

Нормативные документы, обеспечивающие реализацию программы:

Закон РФ «О защите прав потребителей»

Сборник программно-методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений/Сост.Л.Н.Поташева. -3-е изд.- М.: ВИТА-ПРЕСС,2008

Структура курса

№ темы	Модуль (ГЛАВА)	ПРИМЕРНОЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ
1	Тема 1. Потребительская культура и экология человека	5
2	Тема 2. Потребитель и закон	8
3	Тема 3. Потребитель — король на рынке	6
4	Тема 4. Куда уходят деньги?	6
5	Тема 5. Информация для потребителей	9

	ИТОГО	34
--	-------	----

Контроль реализации программы

- а) Текущий контроль – после изучения тем – проверочные тесты (тематические).
- в) Итоговый контроль – в конце изучения курса: итоговый тест – май 2013 г.

УМК:

1. Основы потребительской культуры: Учебник для старших классов общеобразоват.учрежд./ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 3-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008
2. Основы потребительской культуры: Методическое пособие/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007

КАЛЕНДАРНО - ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

№	Дата		Тема урока	Кол-во часов	Тип урока	Элементы содержания	Требования к уровню подготовки учащихся	Основные понятия
	план	факт						
Тема 1. Потребительская культура и экология человека (6ч.)								
1	6.09		Что такое потребительская культура	1	ИНМ	Понятие «культура» Виды культуры. Принципы культурного потребления.	Знать: виды культуры	культура, производство,
2	13.09		Культура потребителя и окружающая среда		КУ	Понятие «потребительская культура», ее место в системе общей культуры человека. Потребительская культура личности и общества. Важнейшие слагаемые потребительской культуры	Знать: Уровни потребительской культуры, важнейшие слагаемые потребительской культуры: материальные и духовные ценности, знания, образцы и нормы поведения.	потребительская культура, потребление,
3	20.09		Культура потребителя и окружающая среда	1	ПЗ			
4	27.09		Потребление: структура и нормы	1	КУ	Взаимосвязь человека с природой. Экономическая деятельность и экология человека. Виды потребления. Рациональное потребление. Питание и здоровье человека.	Знать: виды потребления	рациональное потребление, экология, экономика.

5	4.10		Поговорим о культуре питания	1	ПЗ	Поговорим о культуре питания Практикум: игра-диспут; мозговой штурм.	Уметь применить знания на практике	
Тема 2. Потребитель и закон (8ч.)								
6	11.10		Кто такой потребитель?	1	КУ	Понятие «потребитель» в обыденной жизни. Кто является потребителем по «закону»? Основные права потребителей.	Знать: основные права потребителей.	договор, закон, изготовитель, исполнитель, кассовый чек, мотив,
7	18.10		Суверенитет и рациональность потребителя	1	КУ	Суверенитет потребителя. Причины, ограничивающие суверенитет потребителя и суверенитет производителя.	Знать: Причины, ограничивающие суверенитет потребителя и суверенитет производителя.	потребитель, потребность, продавец,
8	25.10		Разнообразие человеческих потребностей и их классификация	1	КУ	Рациональность потребителя. Возникновение и развитие потребностей. Переход потребностей с одного уровня на другой.	Знать: классификацию человеческих потребностей	рациональность потребителя,
9	8.11		Разнообразие человеческих потребностей и их классификация	1	КУ	Основные виды потребностей. «Пирамида» человеческих потребностей по А. Маслоу.	Знать: классификацию человеческих потребностей	самоменеджмент, суверенитет потребителя, суверенитет производителя, товарный чек,
10	15.11		Психология потребителя	1	КУ	Психология потребителя. Психологические факторы поведения потребителя.	Знать психологию потребителя	убеждение, усвоение.

						Мотив и потребность.		
11	22.11		Психология потребителя	1	КУ	Самоменеджмент и его роль в управлении поведением потребителя.	Знать психологию потребителя	убеждение, усвоение.
12	29.11		Потребность в защите: закон «О защите прав потребителей»	1	ПЗ	Практикум: «Анализ человеческих потребностей»;	Уметь применить знания на практике	
13	6.12		Потребность в защите: закон «О защите прав потребителей»	1	ПЗ	игра «Медицинский консилиум».	Уметь применить знания на практике	
Тема 3. Потребитель — король на рынке (бч.)								
14	13.12		Что такое рынок?	1	КУ	Сущность выражения «Потребитель — король...». Понятие «рынок».	Знать: сущность и понятие «рынок»	.
15	20.12		Виды и способы торговли	1	КУ	Товары потребительского назначения: длительного пользования, краткосрочного пользования и бытовые услуги. Потребительский спрос и факторы спроса. Что выигрывает от конкуренции потребитель? Виды торговли.	Знать : виды и способы торговли	гипермаркет, конкуренция, кредит, рынок, спрос, супермаркет,
16	10.01		Продажа товаров и кредит. Комиссионная торговли	1	КУ	Продажа гражданам товаров длительного пользования в кредит; по образцам. Особенности	Знать правила пользования кредитом.	гипермаркет, конкуренция, кредит, рынок, спрос, супермаркет,

						комиссионной торговли и на дому у покупателей.		
17	17.01		Продажа товаров по образцам и на дому у покупателей	1	КУ	Виды и способы магазинной и внемагазинной торговли: преимущества и недостатки. Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты.	Знать: Виды и способы магазинной и внемагазинной торговли:	гипермаркет, конкуренция, кредит, рынок, спрос, супермаркет,
18	24.01		Продажа товаров по образцам и на дому у покупателей	1	КУ	Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты	Уметь применить знания на практике	товар, торговля
19	31.01		Дешевле только даром	1	ПЗ	Практикум: конкурс «Торговые агенты».	Уметь применить знания на практике	товар, торговля
Тема 4. Куда уходят деньги? (6ч.)								
20	7.02		Деньги — слуги или господа?	1	КУ	Деньги. Из истории возникновения денег. Свойства и функции денег. Пластиковые карты: правила пользования. Национальная валюта. Как потребителю грамотно распоряжаться деньгами?		деньги, доходы, налоги,
21	14.02		Разумные расходы — статья доходов	1	КУ	Доходы и их источники. Номинальные и реальные доходы. Потребительские расходы. Классификация расходов.		номинальный доход, расходы, реальный доход,

22	21.02		Разумные расходы — статья доходов	1	КУ	Закон Энгеля. Рациональный бюджет школьника.		номинальный доход, расходы, реальный доход,
23	28.02		Рациональный бюджет школьника	1	КУ	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.		потребительский бюджет, сбережения.
24	7.03		Каждый платит налоги	1	ПЗ	Практикум: «Рациональный бюджет школьника»;	Уметь применить знания на практике	
25	14.03		Каждый платит налоги	1	ПЗ	тест «Как вам стать миллионером?»; аукцион понятий.	Уметь применить знания на практике	
Тема 5. Информация для потребителей								
26	21.03		Источники информации	1	КУ	Право потребителей на информацию. Источники информации: контролируемые и иные. Достоверность информации. Понятие «реклама». Формы рекламы. Наиболее популярные приемы, используемые в рекламе.	Знать: источники информации и формы рекламы	реклама

27	3.04		Реклама — двигатель торговли	1	КУ	Классификация видов рекламы. Федеральный закон «О рекламе». Виды рекламы. Публичная оферта и социальная реклама.	Знать :классификацию видов пекламы	реклама
28	10.04		Реклама — двигатель торговли	1	ПЗ	Практикум	Уметь применить знания на практике	реклама
29	17.04		Виды рекламы	1	КУ	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.	Знать: виды реклам	Этикетка, маркировка, упаковка
30	24.04		Виды рекламы	1	КУ			
31	8.05		Символы на этикетках, упаковках, вкладышах	1	КУ	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.	Знать: Регистрация товарных знаков. Отличие бренда от товарного знака.	бренд
32	8.05		Символы на этикетках, упаковках, вкладышах	1	КУ			

33	15.05		Назначение товарных знаков Индекс Е. Что он означает?	1	КУ ПЗ	<p>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.</p> <p>Практикум: игра «Рекламодатели»; «Что обозначают эти знаки (маркировка)?»; «Определение пищевых добавок в продуктах»; «Товарный знак — лучшая реклама».</p>	<p>Знать: классификацию добавок, Причины, по которым применяются пищевые добавки</p> <p>Уметь применить знания на практике</p>	добавка
34	22.05		Итоговый контроль знаний	1				

