

Томская область
Кожевниковский район
МБОУ «Кожевниковская средняя общеобразовательная школа №1»

РАССМОТРЕНО
Протокол НМС №____
от _____ 20__ года
Адаменко О.А. _____

УТВЕРЖДАЮ
Директор МБОУ «КСОШ №1»
Костырева Л.А. _____
_____ 200__ года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
Основы потребительских знаний
возраст обучающихся 12-13 лет,
срок реализации — 1 год

Автор-составитель:
Безвинная Татьяна Александровна,
учитель русского языка и литературы.

Кожевниково - 2012

Пояснительная записка.

Программа « Основы потребительских знаний» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования, утверждённого приказом Минобрнауки России от 17.12.2010 г. № 1897, где подчёркивается, что стандарт направлен на формирование российской гражданской идентичности обучающихся; условий создания социальной ситуации развития обучающихся, обеспечивающей их социальную самоидентификацию посредством личностно значимой деятельности.

Основной образовательной идеей программы является развитие у обучающихся определённых личностных качеств, формирование базовых компетенций современного человека, востребованных в их дальнейшей жизни.

Экономика и право должны стать уделом каждого члена общества, так как каждый участвует в экономическом обороте, совершая разного рода покупки, заключая те или иные договоры - письменные или устные. Лавина рекламной информации, зачастую не всегда достоверной, появление на рынке поддельных товаров, товаров с истекшим сроком реализации - все это нарушает права потребителей на качественный товар или услугу, на достоверную информацию и пр. В связи с этим изучение предлагаемого элективного курса, направленного на защиту прав потребителя, актуально и перспективно.

Востребованность программы обосновывается формирующейся потребностью образовательного сообщества в создании и внедрении новой организационной формы экономического образования и воспитания, которая как важнейшая сфера образования нуждается в принципиальном изменении стиля взаимоотношений участников образовательного процесса и социума. Такой формой становится практико-ориентированный подход в экономическом образовании школьников, что является отличительной чертой данной программы от уже существующих.

Программа курса составлена на основе учебной программы Б. И. Мишина В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительских знаний» (2000 г.).

Цель:

- формирование у обучающихся чувства свободы и умения достойно держать себя в некоторых обстоятельствах повседневной жизни, умения грамотного поведения в рыночной и правовой среде.

Задачи курса:

- помочь овладению обучающимися ключевыми компетенциями, составляющими основу ориентации в социуме;

- развивать коммуникативные лидерские качества обучающихся;
- подготовить обучающихся к освоению основных процедур гражданского общества в области прав потребителя;
- сформировать основы технологических компетенций у обучающихся.

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)
- русский язык – правила написания терминов
- право – права и обязанности граждан, знакомство с законом
- химия – красители, жиры.

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

Программа курса рассчитана на 35 часов учебного времени с учетом образовательных потребностей и интересов учащихся шестых классов.

Ожидаемые результаты.

Следуя логике стандартов второго поколения, гражданская компетентность, как важнейший результат программы определяется набором способностей:

- способности, связанные с необходимостью образования в постоянно меняющемся мире (учебная компетентность);
- способности, связанные с выбором и принятию решений в конкретной социальной ситуации (компетентность социального выбора);
- способности, связанные с реализацией принятого решения (компетентность социального действия);
- способности взаимодействия с другими людьми (коммуникативная компетентность);
- способности, связанные с анализом и оценкой ситуации (исследовательская компетентность).

Требования к образовательному результату	Характеристика результативности	Способ оценки результата
---	--	---------------------------------

Личностные	Проявление и развитие организаторских способностей Формирование основы развития к самореализации и самообразованию Формирование навыков самопрезентации, взаимодействия с другими людьми, умения доказывать и аргументировать свою позицию,	Анкетирование, наблюдение. Разработка и защита социальной инициативы.
Метапредметные.	Умение ориентироваться в информационном потоке, пользоваться и систематизировать информацию, применяя её на практике.	Результаты ролевых и деловых игр, проект.
Предметные	Средств представление о правовых законодательных актах регулирующих права и защиту интересов потребителей, понимание места и роли потребителей в рыночной экономике, анализируя текущую информацию об изменениях в жизни общества, умение защищать свои права в случае их нарушения, разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения на основе полученной информации.	Деловая игра (результат) Тест, ролевая игра (результат) Наблюдение.

Содержание программы

Тема 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.

Требования к знаниям и умениям.

Знать

- *понятие о потребностях, их видах;*
- *права и обязанности потребителей..*

Уметь

- *приводить примеры разных видов потребностей;*
- *обосновать, почему потребитель обладает суверенной властью на рынке.*

Тема 2. Источники информации для потребителей.

Реклама. Приемы, используемые в рекламе. 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.

Требования к знаниям и умениям.

Знать

- *из каких источников можно получить сведения о товарах и услугах;*
- *некоторые важнейшие символы на упаковках товаров;*
- *понятие сертификации;*
- *основные рекламные приемы.*

Уметь

- *анализировать полученную информацию и использовать ее при выборе товара или услуги;*
- *выбирать товар, ориентируясь на символы, указанные на упаковке товара;*
- *вырабатывать собственные критерии оценки товара;*
- *критически относиться к рекламе, противостоять ее воздействию.*

Тема 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.

Требования к знаниям и умениям.

Знать

- цепочку, по которой товар доходит от производителя до потребителя;
- разные формы торговли;
- торговые уловки продавца;
- сроки, устанавливаемые на товар;
- как можно заменить товар.

Уметь

- распознать торговые уловки и противостоять им;
- делать правильный выбор при покупке разных товаров: хлебобулочных, мясомолочных продуктов, одежды.

Тема 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».

Требования к знаниям и умениям.

Знать

- систему защиты интересов потребителей;
- в каких случаях необходимо обратиться к юристу и в суд;
- что такое моральный вред и как он возмещается.

Уметь

- написать исковое заявление;
- анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель;
- находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей».

Тематическое планирование.

№ п/п	Тема	Количество часов			Формы проведения
		всего	теория	практика	

Потребитель и его потребности.(2 часа)					
1	Кто такие потребители? Классификация человеческих потребностей	1	0,5	0,5	Составление кластера во время дискуссии
2	Права и обязанности потребителей	1		1	Студийное занятие
Источники информации для потребителей. (6 часов)					
3	Реклама. Виды рекламы.	1	0,5	0,5	Мини-лекция элементами дискуссии
4	Сертификация товаров.	1		1	Деловая игра
5	Упаковка товаров.	1	0,5	0,5	Интернет-экспедиция
6	Маркировка товаров. Определение видов маркировки.	1	0,5	0,5	Мини-лекция элементами практикума
7	Современная система штрихового кодирования	1	0,5	0,5	Студийное занятие
8	Индекс "Е" на упаковке	1	1		Эвристическая беседа
Поведение потребителей при покупке товаров. (14,5 часов)					
9	Как потребитель подходит к выбору различных товаров.	2	1	1	Мини-проект
10	Как продаются товары.	1	0,5	0,5	Беседа с элементами дискуссии
11	Экскурсия в супермаркет	2		2	Экскурсия на предприятие
12	Потребительская культура и экология.	2	1	1	Мини-проект и его защита
	Потребитель и рынок.	2	1	1	Тренинг
	Потребитель и деньги	2	1	1	Студийное занятие
	Потребитель и юрист	1	-	1	Подиум - дискуссия
	Искусство покупать. Банк.	1,5	0,5	1	Ролевая игра
	Потребительская	1,5	0,5	1	Ролевая игра

	культура и сфера услуг.				
Закон РФ "О защите прав потребителей" (11 часов)					
12	Система государственных органов по защите прав потребителей	1,5	0,5	1	Встреча с юристом
13	Основные понятия закона РФ "О защите прав потребителей"	1	0,5	0,5	Круглый стол. Ментальная карта.
14	Закон РФ "О защите прав потребителей" ст.18-25	1,5	0,5	1	Составление и решение эвристических ситуаций
15	Вы приобрели недоброкачественный товар. Как оформить исковое заявление.	2	1	1	Тренинг с приглашением инспектора отдела защиты прав потребителей
16	Решение торговых ситуаций по защите прав потребителей	2	-	2	Решение тестов, проблемных ситуаций
17	Я – потребитель	3	-	1	Подготовка к защите и самопрезентация
18	Резервное занятие	1			
	Итого	34	11,5	21,5	

Литература.

1. В.Д.Симоненко, Т.А.Степченко. Основы потребительской культуры. Методическое пособие. Вита-Пресс, 2004.
2. И.Липсиц. Экономика, Кн 1,2 Вита-Пресс, 1998.
3. В.Д.Симоненко, Т.А.Степченко. Основы потребительской культуры. Практикум. Вита-Пресс, 2004.
4. В.Д.Симоненко, Т.А.Степченко. Основы потребительской культуры. Хрестоматия Вита-Пресс, 2004.
5. И.Виноградова и др. Основы потребительских знаний. Вита-Пресс, 2000.
6. Закон РФ "О защите прав потребителей".