

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Лингвистическая гимназия № 20 имени Л.Л. Верховцевой»
г. Сарапула Удмуртской Республики

РАССМОТРЕНО

Протокол кафедры
гуманитарных дисциплин
№ 1
от 29.08.2023 г

ПРИНЯТО

Протокол педагогического
совета № 1
от 30.08.2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор
МБОУ «Лингвистическая
гимназия № 20»
/Т.Л. Теплякова/

УТВЕРЖДЕНО

приказом МБОУ
«Лингвистическая гимназия № 20»
от 30.08.2023 г. № 180 - ОД

**Программа курса внеурочной деятельности
«Основы потребительских знаний»**

Составитель: Втюрин Михаил Васильевич, учитель обществознания
МБОУ «Лингвистическая гимназия № 20»

Сарапул, 2023

Пояснительная записка

Программа внеурочной деятельности «Основы потребительских знаний» является частью образовательной программы, реализующейся в МБОУ «Лингвистическая гимназия № 20» г. Сарапула УР. Программа составлена на основе:

- федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования;

- федеральной образовательной программы основного общего образования.

Данная программа используется для ведения курса внеурочной деятельности общеинтеллектуального направления «Основы потребительских знаний» для обучающихся 9 классов и рассчитана на 17 часов.

Актуальность программы

Актуальность программы обусловлена необходимостью повышения общего уровня развития учащихся в области экономических знаний. Создание адекватных представлений о повседневной экономической действительности обеспечивает разумное потребительское поведение в реальных жизненных ситуациях. Чтобы подросток мог чувствовать себя достойно и свободно даже в самых неблагоприятных обстоятельствах повседневной жизни, важно научить его азам рационального экономического поведения.

Грамотный потребитель должен четко усвоить схему принятия решения о покупке - знать, где найти информацию о товарах и услугах, как сравнить конкурирующие марки, определить предпочтительные для себя места продажи, уметь оформить сделку, обладать способностью принимать продуманные решения об использовании и управлении личными денежными средствами.

В основе содержания курса «Основы потребительских знаний» находится человек в его взаимодействии с окружающим миром, что подчеркивает его гуманистическую направленность.

Настоящая программа включает новые для учащихся знания, не содержащиеся в базовых программах. Адаптирована с учетом индивидуальных особенностей учащихся, материально-технического и учебно-методического обеспечения образовательного процесса.

Ориентирована на развитие социального творчества учащихся, т.е. перевод подростка в позицию активного члена гражданского общества, способного самоопределяться на основе ценностей, вырабатывать собственное понимание и цели, разрабатывать проекты преобразования общества.

Внутренняя логика построения программы предлагает сочетание теоретических и практических занятий с реализацией педагогических методик (дебаты, игровое моделирование и т.д), составление социально-образовательного проекта. Все это учит детей находить достойное место своим инициативам в сложно организованном, динамично изменяющемся социуме и получать опыт самостоятельного общественного действия.

Форма организации образовательного процесса: групповая, индивидуальная. Виды занятий по программе определяются содержанием программы и могут предусматривать лекции, практические занятия, ролевые игры и т.д.

Цель и основные задачи программы

Цель: создание условий для социализации подростков к современным рыночным условиям экономической жизни, повышение их потребительской культуры.

Задачи: стимулировать познавательную активность и интерес детей к изучению современной экономической жизни общества;

- познакомить с правами и обязанностями, как потребителей, так и с существующей в России системой защиты прав потребителей;
- формировать умение находить и анализировать нужную информацию, предназначенную для потребителей, в различных источниках.

Планируемые результаты освоения программы «Основы потребительских знаний»

Личностные результаты:

- развитие познавательного интереса и активности при изучении курса «Основы потребительских знаний»;
- готовность и способность учащихся к саморазвитию и личностному самоопределению на основе мотивации к обучению и познанию;
- формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками и взрослыми в процессе образовательной, общественно - полезной и творческой деятельности, готовности и способности вести диалог и достигать в нём взаимопонимания;
- освоение социальных норм, правил поведения, ролей и форм социальной жизни в группах и сообществах, включая взрослые и социальные сообщества;

Метапредметные результаты:

- умение сознательно организовывать свою познавательную деятельность (от постановки цели до получения результата) и оценивать правильность выполнения учебной задачи;

- умение объяснять явления и процессы социальной действительности с позиции потребителя;
- способность определять понятия, классифицировать, самостоятельно выбирать основания и критерии, устанавливать причинно-следственные связи, строить логическое рассуждение, умозаключение и делать выводы;
- способность анализировать реальные ситуации на рынке потребительских товаров и услуг, выбирать адекватные способы деятельности и модели поведения путем проведения ролевых игр;
- умение выполнять познавательные и практические задания на поиск и извлечение нужной информации по заданной теме в адаптированных источниках различного типа;
- организация учебного сотрудничества и совместной деятельности с учителем и сверстниками; работа индивидуально и в группе: умение находить общее решение и разрешать конфликты на основе согласования позиций и учёта интересов; формулировать, аргументировать и отстаивать своё мнение;
- оценка собственных экономических действий в качестве потребителя.

Предметные результаты:

- относительно целостное знакомство с правами и обязанностями как потребителей, так и с существующей в России системой защиты прав потребителей, что обеспечивается содержанием программы;
- умение находить и анализировать нужную информацию, предназначенную для потребителей, в различных источниках; адекватно ее воспринимать, применяя основные термины и понятия в области потребительских знаний;
- принимать осознанные решения при выборе и приобретении товаров и услуг с учетом собственной системы ценностей, оценок полезности товаров, количества и качества альтернативных вариантов выбора, экологических характеристик товаров, личного бюджетного ограничения;
- формировать установку грамотного поведения в различных рыночных ситуациях;
- понимание значения трудовой деятельности для личности и для общества;
- понимание языка экономических терминов в области потребительских знаний, позволяющее осознанно воспринимать соответствующую информацию;
- потребительская оценка зрительного ряда действующей рекламы.

Содержание программы

Кто такие потребители. Как мы выбираем (2 ч)

На первом (вводном) занятии учащиеся знакомятся с основными понятиями, связанными с проблемами потребительского поведения (потребитель, продавец, рынок, спрос, предложение, суверенитет потребителя), и учатся осознавать себя как потребителей в различных жизненных ситуациях.

В ходе изучения этой темы учащиеся должны усвоить понятия «потребности» и «полезность», научиться различать виды потребностей: жизненно необходимые, духовные, материальные, потребности самореализации и т. п. Особое внимание уделяется индивидуальному характеру потребностей и соответственно потребительских предпочтений. Рассматривается роль цен и бюджетного ограничения в потребительском выборе, а также неценовые факторы потребительского выбора (в том числе риск). Вводится понятие «альтернативной стоимости». Предполагается деловая игра.

Как продаются товары и услуги (2ч)

Тема предполагает знакомство с правами и обязанностями продавца и покупателя, изучение цепочки, по которой товар доходит от производителя до потребителя, знакомство с разными формами торговли (оптовая и розничная, торговля в кредит, товары по почте и т. п.). Особое внимание уделяется знакомству с торговыми уловками, честными и не очень: различными скидками и распродажами, лотереями, торговлей по схеме «пирамида» и т. п. Учащиеся должны уметь распознавать их и противостоять им. Предполагается деловая игра.

Источники информации для потребителя (4ч.)

Тема посвящена проблеме, какая информация нужна потребителям и где ее найти. Учащиеся должны узнать, из каких источников можно получить сведения о товарах и услугах, как проанализировать полученную информацию и использовать ее при выборе товара или услуги. Предполагается деловая игра, демонстрирующая важность информации и сложность ее передачи. Занятия, посвященные рекламе, должны дать учащимся представление о роли рекламы в жизни общества, познакомить с основными рекламными приемами. Главное же — научиться противостоять воздействию рекламы, критически относиться к ней и при этом использовать как источник потребительской информации. Отдельно рассматриваются проблемы государственного регулирования рекламы и роль социальной рекламы в жизни общества.

Как читать на этикетке товара. В ходе изучения этой темы учащиеся знакомятся со значениями некоторых важнейших символов на упаковках товаров, учатся выбирать товар, ориентируясь на эти символы.

Тестирование товаров и услуг (1ч)

Учащиеся знакомятся с понятиями сертификации и сравнительных потребительских испытаний. Учащиеся должны научиться анализировать публикации результатов сравнительных испытаний и делать выбор на их основе. В ходе практического занятия учащиеся должны освоить азы составления методик сравнительных испытаний и научиться выработать собственные критерии оценки товара.

Денежные инструменты (3ч)

В ходе изучения темы учащиеся знакомятся с понятием бюджета, узнают об основных направлениях расходования средств. Начиная с этой темы, при наличии технических возможностей, учащиеся учатся планировать свой личный бюджет при помощи компьютерной игры.

Учащиеся знакомятся с проблемами долгов и кредита: как получить кредит, о чем нужно помнить, когда берешь в долг, и т. п.

Учащиеся знакомятся с различными системами скидок, в том числе с дисконтными картами и дисконтными системами.

Тема знакомит учащихся с понятием «электронных денег», с принципами работы дебетовых и кредитных карт.

Как себя вести в магазине. (2ч)

В ходе изучения этой темы учащиеся должны приобрести навыки грамотного потребительского поведения при покупке товаров в магазинах. **В службе быта.** Учащиеся осваивают «правила безопасности» при пользовании услугами службы быта. **На транспорте.** Тема посвящена правилам грамотного поведения на железнодорожном и воздушном транспорте, в том числе покупке билетов, перевозке багажа и т. п. **Отправляясь в путешествие.** В ходе изучения темы учащиеся знакомятся с основными терминами, встречающимися при пользовании туристическими услугами, учатся, как правильно выбирать туристическое агентство и на что обращать внимание в договоре на оказание туристических услуг.

Этика потребительского поведения Изучение этой темы призвано не допустить формирования у учащихся как у потребителей «экстремистских» наклонностей. Учащиеся должны осознать, что отстаивание своих потребительских прав не должно сопровождаться унижением продавца, который так же заслуживает уважения, как и потребитель.

Наши права (3ч)

В теме рассматриваются основные права потребителей, предусмотренные российским законодательством, и законы, в которых зафиксированы эти права.

Что надо знать, чтобы защитить свои права

Самозащита потребителей. В ходе изучения этой темы закрепляются приобретенные на предыдущих занятиях навыки поведения в «экстремальных» потребительских ситуациях.

Особое внимание уделяется предотвращению конфликтов с продавцом, а также разрешению конфликтов в досудебном порядке. Также разъясняется необходимость обращения за помощью к профессионалам в особо сложных случаях.

Куда обратиться за помощью. Учащиеся знакомятся с системой защиты интересов потребителей, существующей в России: государственными органами по защите прав потребителей, общественными организациями потребителей, в том числе действующими в их родном городе или районе. В ходе изучения темы учащимся разъясняется, в каких случаях необходимо обращение к юристу и в суд. Внимание акцентируется на том, что суд — это цивилизованный способ разрешения конфликтов, достойный современного человека. Деловая игра, моделирующая судебный процесс, должна, с одной стороны, выработать у учащихся уважение к суду, а с другой — преодолеть страх перед этим органом.

Учебно-тематический план

№	Название раздела/ темы	Количество часов			Формы организации занятий	Формы аттестации (контроля)
		Всего	Теория	Практика		
1.	Кто такие потребителя и как мы выбираем	2	1	1	Лекция практикум	тест
2.	Как продаются товары и услуги	2	1	1	Ролевая игра	
3	Источники информации для потребителя.	4	2	2	Лекция практикум	тест
4	Тестирование товаров и услуг	1	1		Лекция	
5	Денежные инструменты	3	1	2	Лекция практикум	тест
6	Как себя вести (в магазине, службе быта, турпоездке..)	2	1	1	Ролевая игра	
7	Наши права	3	2	1	Лекция практикум	тест

Учебно-информационное обеспечение программы

1. Мартыянова Н.А., Зарубин В.Г. Обществознание. Справочник для подготовки к ГИА-9 и ЕГЭ. Ростов- на Дону. Легион 2012
 2. Кашанина Т. В. , Кашанин А. В. Право и экономика. – М., 2009
 3. Кашанина Т. В. , Кашанин А. В. Право.-М., Вита, 2012
- Основы потребительских знаний: Пособие для учителя. — М.: ИИФ СПРОС-КонфОП, 1997.
- Основы потребительских знаний: Учеб. для 8—9 классов средних школ. - М: ИИФ СПРОС-КонфОП, 1997.
- Александрова А., Белянин А., Викторова С, Крючкова П., Трухачев С, Худенко К. Основы потребительских знаний: Пособие для учителя. - М.: КонфОП, 1994.

Нормативные документы

- Закон РФ о защите прав потребителей.
- Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1.
- Закон РФ о рекламе.
- Закон РФ о сертификации.
- Закон РФ об основах туристской деятельности.
- Закон РФ об образовании.

Дополнительная литература

- Белоусов Е., Крючкова П., Орлова Л., Сорк Д., Янин Д. Закон о защите прав потребителей с практическим комментарием. — М., 2014.
- Гостюшин А. Энциклопедия экстремальных ситуаций. — М., 2011.
- Липсиц И. Экономика: В 2-х кн. — М., 2010.