

муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
городского округа Тольятти  
«Школа № 20 имени Героя Советского Союза Д.М. Карбышева»

---

**ПРИНЯТА**

**УТВЕРЖДЕНА**

на заседании

Педагогического Совета

Протокол № 6 от 25 июня 2021г.

Директор МБУ «Школа № 20»

О.Н. Солодовникова

№ 185/1-од от 28 июня 2021 г.



**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая  
программа**

**«Основы потребительских знаний»**

**направленность/ социально-гуманитарная**

**количество часов (в неделю/ в год)/ 1/34 ч.**

**срок реализации/ 1 год**

**основное общее образование/ 9 класс /15-16 лет**

**Составитель: Жиденев С.В., учитель истории и обществознания**

Тольятти,  
2021

Рабочая программа курса «Основы потребительских знаний» для обучающихся 8-9 классов составлена на основе программы Мишина Б.А., Симоненко В.Д., Степченко Т.А.

### **Актуальность программы:**

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 курса, направленного на защиту прав потребителя, актуально и перспективно. Актуальность 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.

### **Новизна:**

В настоящее время в общеобразовательной школе нет специального предмета, в результате изучения которого школьники приобретали бы знания о правах и обязанностях потребителя, системе защиты прав потребителей, о разумном потребительском поведении. Эти знания очень востребованы в современной жизни, поэтому данный курс приобретает особую актуальность. Предлагаемый курс: «Основы потребительских знаний» поможет учащимся овладеть современными экономическими знаниями в области прав человека, умениями и навыками грамотного поведения и защиты потребителей в различных рыночных ситуациях в соответствии с законами Российской Федерации. При этом основной формой становится практико-ориентированный подход в экономическом образовании школьников, что является отличительной чертой данной программы от уже существующих. Т.е. Данный курс предполагает гораздо большую работу, нежели простая передача информации. Задача учителя - формировать определённый образ мышления, который затем трансформируется в образ действия на рынке. Поэтому не менее половины времени предполагается отвести на активные методы обучения: деловые игры (в том числе имитация поведения в реальных потребительских ситуациях), практические задания, конкурсы, диспуты и т. п.

**Цель:** формирование у обучающихся грамотного поведения в рыночной и правовой среде.

### **Задачи:**

- развивать коммуникативные лидерские качества обучающихся;
- подготовить обучающихся к освоению основных процедур гражданского общества в области прав потребителя;
- сформировать основы технологических компетенций у обучающихся.
- обеспечить обучающихся различными экономическими знаниями в области прав потребителей.
- ознакомить с основными законодательными актами, регламентирующими права и защиту интересов потребителей, а также элементы маркировки на упаковке товаров.
- выработать умения и навыки разумного поведения потребителя при покупке товаров.
- развивать экономическое и логическое мышления, творческие и коммуникативные способности.

## Планируемые результаты

### **Личностные:**

- проявление и развитие организаторских способностей
- формирование потребности самореализации и к самообразованию
- формирование навыков самопрезентации, взаимодействия с другими людьми, умения доказывать и аргументировать свою позицию.

### **Метапредметные:**

- умение ориентироваться в информационном потоке;
- умение пользоваться и систематизировать информацию, применяя её на практике.

### **Предметные:**

- 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.

## Содержание программы

### **Раздел 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.

*Основные понятия:* потребитель, потребность, суверенитет потребителя, продавец, обязанность, потребительская культура, право.

*В результате изучения данной темы ученик должен знать:*

1. Понятие о потребностях, их видах.
2. Права и обязанности потребителей

*уметь:*

1. Приводить примеры разных видов потребностей.
2. Обосновывать, почему потребитель обладает суверенной властью на рынке

*Практическая часть*

1. Практическая работа: «Анализ человеческих потребностей».

### **Раздел 2. Источники информации для потребителей.**

Реклама. Виды рекламы. Приемы, используемые в рекламе. Достоинства и недостатки рекламу. 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.

*Основные понятия:* индекс Е, реклама, сертификат, товарный знак, этикетка, штрих-код, товарная марка, упаковка.

*В результате изучения данной темы ученик должен знать:*

1. Из каких источников можно получить сведения о товарах и услугах.
2. Некоторые важнейшие символы на упаковках товаров,
3. Понятие сертификации.
4. Основные рекламные приемы

*Уметь:*

1. Анализировать полученную информацию и использовать ее при выборе товара или услуги.
2. Выбирать товар, ориентируясь на символы, указанные на упаковке товара.
3. Вырабатывать собственные критерии оценки товара.
4. Критически относиться к рекламе, противостоять ее воздействию.

*Практическая часть (практические работы):*

1. «Определение пищевых добавок в продуктах».
2. «Определение видов маркировки».
3. «О чем нам расскажет штрих-код».
4. «Создание рекламы».

### ***Раздел 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.

*Основные понятия:* гарантийный срок, качество, недостатки, срок годности, дата реализации, срок службы, скидка, кредит, рассрочка.

*В результате изучения данной темы ученик должен знать:*

1. Цепочку, по которой товар доходит от производителя до потребителя.
2. Разные формы торговли.
3. Торговые уловки продавца.
4. Сроки, устанавливаемые на товар.
5. Как можно заменить товар

*Уметь:*

1. Распознать торговые уловки и противостоять им.
2. Делать правильный выбор при покупке разных товаров: хлебобулочных, мясомолочных продуктов, одежды.

*Практическая часть (практические работы):*

1. «Международные стандарты размеров одежды».
2. «Расшифровка маркировки на консервированной продукции».
3. Деловая игра: «Как я покупаю товар?».
4. Экскурсия в супермаркет.

### ***Раздел 4. Поведение потребителей при проведении работ и оказании услуг.***

Что должен знать потребитель о службе быта. Предприятие службы быта. О правилах бытового обслуживания населения. Поведение потребителей в мастерской, ателье. Экскурсия в учреждение по оказанию бытовых услуг. Встреча с руководителями предприятий. Оформление заказов на услуги. Договор. Что должно быть указано в договоре. О чём следует помнить передавая материал в работу. Сроки выполнения работ и какова ответственность за их несоблюдение. Устранение недостатков в выполнении работ. Условия выполнения работ из материалов. Финансовые услуги. Куда наиболее выгодно

вкладывать деньги. Кто может получить кредит в Сбербанке. Как правильно застраховать вклад. Операции с ценными бумагами. Покупка ценных бумаг. Защита прав потребителя при оказании финансовых услуг. Правила пользования коммуникационными услугами. Порядок пользования коммунальными услугами. Права и обязанности потребителя и исполнителя услуг. Что должен знать потребитель о пользовании радио, телефоном. Оплата коммунальных услуг. Это должен знать каждый, прежде чем отправиться в дорогу: потребитель в роли пассажира, туриста. Защищены ли законом права пассажиров, туристов. О правилах гостиничных услуг.

*Основные понятия:* непроизводственная сфера, прожиточный минимум, услуга, виды услуг, сервисология, неосвязаемость, неотделимость, недолговечность услуг, сервис.

*Уметь:*

1. Распознавать не качественно оказанную услугу.
2. Составить жалобу, предъявить исполнителю требование об устранении недостатков, в т.ч. безвозмездном.

*Практическая часть (практические работы):*

1. «Услуги лечебных учреждений».
2. «Медицинское страхование».

### ***Раздел 5. Закон РФ «О защите прав потребителей».***

Государственный антимонопольный комитет России. Госстандарт России, Роспотребнадзор 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».

*Основные понятия:* адвокат, арбитраж, исковое заявление, Государственный антимонопольный комитет, исковое заявление, кассационная жалоба, моральный вред, суд.

*В результате изучения данной темы ученик должен знать:*

1. Систему защиты интересов потребителей.
2. В каких случаях необходимо обратиться к юристу и в суд.
3. Что такое моральный вред и как он возмещается

*Уметь:*

1. Написать исковое заявление.
2. Анализировать конкретные практические ситуации, с которыми сталкивается потребитель.
3. Находить нужную информацию в законе «О защите прав потребителей»

*Практическая часть (практические работы):*

1. «Как правильно составить исковое заявление?».
2. «Как обжаловать решение суда?».
3. Анализ конкретных практических ситуаций.
4. Организация встречи с руководителями Департамента по социальной политике комитета, отделов по защите прав потребителей при местной администрации.
5. Деловая игра: «Вы приобрели недоброкачественный товар».

### Тематическое планирование

№ п/п	Тема раздела/занятия	Количество часов
	<b><i>Раздел 1. Потребитель и его потребности</i></b>	<b>6</b>
1	Кто такие потребители	1
2	Классификация человеческих потребностей	1
3	Права и обязанности потребителей	1
4	Психология потребителя	1
5	Рациональное потребление и норма потребления	1
6	Поговорим о культуре питания	1
	<b><i>Раздел 2. Источники информации для потребителей</i></b>	<b>8</b>
7	Источники информации для потребителя	1
8	Реклама - доверяй, но проверяй	1
9	Виды рекламы	1
10	Предъявите сертификат	1
11	Символы на этикетках, упаковках, вкладышах	1
12	Назначение товарных знаков	1
13	Загадочная зебра, или о чем расскажет штрих код	1
14	Индекс Е, что он означает	1
	<b><i>Раздел 3. Поведение потребителей при покупке товаров</i></b>	<b>8</b>
15	Будьте внимательны при покупке продуктов питания	1
16	Экскурсия супермаркет	1
17	Вы выбираете одежду и обувь	1
18	Покупка бытовой техники	1
19	О продаже товаров в кредит и по образцам	1
20	Отдельные виды продажи товаров: по заказам, на дому, по почте, в комиссионном магазине	1
21	Если вы приобрели некачественный товар	1
22	Правила обмена товаров	1
	<b><i>Раздел 4. Поведение потребителей при проведении работ и оказании услуг</i></b>	<b>7</b>
23	Что должен знать потребитель о службе быта. Экскурсия в учреждение сферы услуг	1
24	Оформление заказов на услуги, договор	1
25	О чем следует помнить, передавая материал в работу	1
26	Финансовые услуги	1
27	Правила пользования коммуникационными услугами	1
28	Услуги лечебных учреждений	1
29	В дорогу: потребитель в роли пассажира, туриста	1
	<b><i>Раздел 5. Закон РФ «О защите прав потребителей».</i></b>	
30	Система государственных органов по защите прав потребителей	1
31	Общественные организации по защите прав потребителей	1
32	Право на судебную защиту	1
33	Как правильно составить исковое заявление	1
34	Что такое моральный вред	1
	<b>Итого</b>	<b>34</b>

**Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
городского округа Тольятти «Школа №20  
имени Героя Советского Союза Д.М. Карбышева»**

---

**ПРИНЯТА**  
на заседании

Педагогического Совета

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**УТВЕРЖДЕНА**

Директор МБУ «Школа № 20»

\_\_\_\_\_ О.Н. Солодовникова

№ \_\_\_\_ -од от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая  
программа**

***«Основы потребительских знаний»***

**Направленность: социально-гуманитарная**

**Уровень образования: среднее общее**

**Возраст: 14-15 лет (8-9 класс)**

**Срок реализации: 34 учебных часа в каждом классе**

**Составитель: Жиденев С.В., учитель истории и обществознания**

Тольятти,

2021