

Рассмотрена на заседании педсовета
протокол №1 от 29.08.2023

Утверждена
приказом директора
МАОУ «СОШ №7»
от 29.08.2023 №448

Рабочая программа
элективного курса по экономике
(10-11 класс, профильный уровень)
Хозовой Татьяны Альбертовны, учителя истории
высшей квалификационной категории
разработана на основе
программы В. Д. Симоненко, Г. А. Степченко, Основы потребительской культуры,
программа элективного курса для 10-11 классов общеобразовательных учреждений (для любого профиля обучения), сборник программно-методических материалов по экономике, М, Вита-Пресс, 2006.

Череповец
2023 – 2025 учебный год

Пояснительная записка.

Рабочая программа элективного курса по экономике составлена на основе программы В. Д. Симоненко, Т. А. Степченко, Основы потребительской культуры, программа элективного курса для 10-11 классов общеобразовательных учреждений (для любого профиля обучения), сборник программно-методических материалов по экономике, М, Вита-Пресс, 2006. Программа рассчитана на 68 часов в 10-11 классе, в соответствии с базисным учебным планом школы – по 1 часу в неделю, по 34 часа в 10 и 11 классе.

Главным действующим лицом в предлагаемой программе является потребитель, поэтому в ней рассматриваются проблемы, которые решают потребители ежедневно, чтобы создать комфортные условия для жизни. В программе восемь тем. Программой предусмотрено сочетание различных форм и методов обучения: деловые игры, практикумы, творческие работы, проекты, решение тестов и задач, проблемных ситуаций.

Цель курса: формирование у учащихся основы потребительской культуры, правил поведения и качеств культурного потребителя.

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, организованности и уверенности.
5. Подготовка учащихся к успешной самостоятельной деятельности.

Данная программа построена в соответствии с Примерной программой среднего (полного) общего образования по экономике, требованиями Государственного образовательного стандарта по экономике (профильный уровень), программой «Основы экономической теории», авт. С. И. Иванов и базисным учебным планом

Содержание элективного курса «Основы потребительской культуры», 10 - 11 класс.

Тема 1. Потребительская культура и экология человека.

Понятие «культура». Виды культуры. Принципы культурного потребления.

Понятие «потребительская культура», ее место в системе общей культуре человека. Потребительская культура личности и общества. Важнейшие слагаемые потребительской культуры: материальные и духовные ценности, знания, образцы и нормы поведения. Уровни потребительской культуры.

Взаимосвязь человека с природой. Экономическая деятельность и экология человека. Виды потребления. Рациональное потребление. Питание и здоровье человека.

Практикум: игра-диспут; мозговой штурм.

Опорные понятия: культура, производство, потребительская культура, потребление, рациональное потребление, экология, экономика.

Тема 2. Потребитель и закон.

Понятие «потребитель» в быденной жизни. Кто является потребителем по «закону»? Основные права потребителей.

Суверенитет потребителя. Причины, ограничивающие суверенитет потребителя и суверенитет производителя.

Рациональность потребителя. Возникновение и развитие потребностей. Переход потребностей с одного уровня на другой. Основные виды потребностей. «Пирамида» человеческих потребностей по А. Маслоу.

Психология потребителя. Психологические факторы поведения потребителя. Мотив и потребность. Самоменеджмент и его роль в управлении поведением потребителя.

Практикум: «Анализ человеческих потребностей»; игра «Медицинский консилиум».

Опорные понятия: договор, закон, изготовитель, исполнитель, кассовый чек, мотив, потребитель, потребность, продавец, рациональность потребителя, самоменеджмент, суверенитет потребителя, суверенитет производителя, товарный чек, убеждение, усвоение.

Тема 3. Потребитель – король на рынке.

Сущность выражения «Потребитель – король...». Понятие «рынок». Товары потребительского назначения: длительного пользования, краткосрочного пользования и бытовые услуги. Потребительский спрос и факторы спроса. Что выигрывает от конкуренции потребитель? Виды торговли. Продажа гражданам товаров длительного пользования в кредит; по образцам. Особенности комиссионной торговли и на дому у покупателей.

Виды и способы магазинной и внемагазинной торговли: преимущества и недостатки. Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты.

Практикум: конкурс «Торговые агенты».

Опорные понятия: гипермаркет, конкуренция, кредит, рынок, спрос, супермаркет, товар, торговля.

Тема 4. Куда уходят деньги?

Деньги. Из истории возникновения денег. Свойства и функции денег. Пластиковые карты: правила пользования. Национальная валюта. Как потребителю грамотно распорядиться деньгами?

Доходы и их источники. Номинальные и реальные доходы. Потребительские расходы. Классификация расходов. Закон Энгеля. Рациональный бюджет школьника.

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.

Практикум: «Рациональный бюджет школьника»; тест «Как вам стать миллионером?»; аукцион понятий.

Опорные понятия: деньги, доходы, налоги, номинальный доход, расходы, реальный доход, потребительский бюджет, сбережения.

Тема 5. Информация для потребителей.

Право потребителей на информацию. Источники информации: контролируемые и иные. Достоверность информации. Понятие «реклама». Формы рекламы. Наиболее популярные приемы, используемые в рекламе.

Классификация видов рекламы. Федеральный закон «О рекламе». Виды рекламы. Публичная оферта и социальная реклама.

Маркировка. Средства, с помощью которых потребитель получает информацию о товарах: этикетка, вкладыш, маркировка на упаковке продуктов питания, промышленных товаров. Закон «О техническом регулировании» от 22.12.2002 № 184. О знаке обращения на рынке.

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.

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.

Практикум: игра «Рекламодатели»; «Что означают знаки (маркировка)?»; «Определение пищевых добавок в продуктах»; «Товарный знак – лучшая реклама».

Опорные понятия: бренд, вкладыш, информация, информационная асимметрия, маркировка, пищевые добавки, потребительская информация, реклама, сертификат соответствия, товарный знак, этикетка.

Тема 6. Искусство покупать.

Что мы понимаем под качеством товаров? Виды недостатков товаров. Специальные сроки, установленные на товары.

Знакомство с основными положениями «Правил продажи отдельных видов товаров». Особенности продажи продовольственных товаров.

Информация о продовольственных товарах. Условия продажи хлебобулочных изделий, мясомолочных продуктов.

Что должен знать покупатель при покупке одежды и обуви? Международные размеры.

Как не ошибиться в выборе при покупке сложной бытовой техники? Доставка крупногабаритных товаров. Рациональное использование бытовых приборов.

О правилах продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения, животных и растений; товаров бытовой химии; видеофильмов.

Перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичным товаром (от 20.10.1998 № 1222).

Требования потребителя в случае приобретения недоброкачественного товара. Условия обмена товара с недостатком. Сроки обмена товара ненадлежащего качества. Ответственность продавца перед покупателем за нарушение его прав. Неустойка.

Право потребителя на обмен качественных товаров. Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации (ПП РФ от 20.10.1998 №1222; от 06.02.2002 № 81).

Практикум: «Анализ проблемных ситуаций» (специальные сроки и недостатки товара); «Как выбрать вещь в свое удовольствие», «Как оформить рекламацию?»; деловая игра «Потребитель на рынке».

Деловая игра «Как я покупаю товар?»

Опорные понятия: гарантийный срок, договор купли-продажи, недостаток товара, неустойка, скрытые недостатки, срок годности, срок службы товара, стандарт, существенный недостаток, товарный и кассовый чек-документ.

Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг.

Служба быта. «Правила бытового обслуживания населения в РФ» (ПП РФ от 02.10.1999 №1104; в ред от 30.09.2000 №742).

Оформление заказов на услуги. Договор. Что должно быть в договоре? Поведение потребителя в химчистке, в ремонтной мастерской, в ателье.

Правила пользования коммунальными услугами. Права и обязанности потребителя и исполнителя услуг. Что должен знать потребитель при пользовании радио и телефоном?

Закон «О защите прав потребителей» защищает права пассажиров, туристов. Правила проживания в гостиницах

Образовательные услуги. Понятие «образование» в Законе РФ «Об образовании». Заключение договора о плате за обучение. Государственные и частные учебные заведения.

Услуги лечебных учреждений. Обязательное медицинское страхование. Требования потребителя в случае оказания некачественной услуги.

Ответственность медицинского учреждения перед потребителем в случае нарушения его прав.

Финансовые услуги. Банки и вклады. Куда более выгодно вложить деньги? Банковский кредит. Кто и как может получить кредит? Что нужно знать о кредитном договоре? Как правильно застраховать вклад? Дорожные чеки.

Потребитель у нотариуса. Какие действия может выполнить нотариус? Удостоверение сделок, договоров (купли-продажи; договор мены; договор дарения, договор ренты).

Об услугах страховых агентств. Закон РФ «О страховании». Порядок заключения и прекращения договора страхования. Какие убытки подлежат возмещению? Противоправные действия третьих лиц. Как определяется размер ущерба? Страховая сумма.

Практикум: «Заключаем договор» (на определенный вид услуг, например образовательных или медицинских); анализ проблемных ситуаций; «Подписываем контракт с туристической фирмой»; творческий проект «Куда вложить деньги?»

Опорные понятия: акция, дивиденды, договор, инвестор, номинал, нотариус, образование, полис, служба быта, страхование, тариф, финансовые учреждения, ценная бумага, эмиссия.

Тема 8. Кто защищает права потребителей?

Федеральная антимонопольная служба (ФАС), ее задачи и функции. Территориальные управления Федеральной антимонопольной службы.

Задачи Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Общие и специальные функции Федеральной службы по техническому регулированию и метрологии.

Государственная инспекция по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей и ее территориальные органы.

Органы местного самоуправления. Общественные организации потребителей: их особенности и права.

Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП). «Спрос» - специальное, независимое издание для потребителей, журнал для рекламы.

Торгово-промышленная палата, ее роль в защите прав потребителей. Экспертные лаборатории. Лицензирование видов деятельности.

Суд и адвокат. Как обжаловать решение суда? Каков порядок подачи кассационной жалобы, каким требованиям она должна удовлетворять? Что должно быть в исковом заявлении? Что такое моральный вред и как он возмещается? Кем определяется размер возмещения морального вреда?

Обобщающий урок курса: «Потребительская культура – это...».

Практикум: «Как правильно составить исковое заявление?»; «Как обжаловать решение суда?»; «Эксперты»; игры: «Соревнование экипажей»; «Заседание суда»; анализ проблемной ситуации.

Опорные понятия: адвокат, исковое заявление, кассационная жалоба, суд.

Распределение часов курса.

Тема курса	Количество часов на тему
10 класс	
Тема 1. Потребительская культура и экология человека.	4
Тема 2. Потребитель и закон.	7
Тема 3. Потребитель – король на рынке.	6
Тема 4. Куда уходят деньги?	6
Тема 5. Информация для потребителей.	9
Повторение	2
Итого	34
11 класс	
Тема 6. Искусство покупать.	10
Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг.	11
Тема 8. Кто защищает права потребителей?	5
Повторение	8

Итого	34
Итого	68

Литература:

- Симоненко В.Д., Степченко Т.А. Основы потребительской культуры: Учебное пособие, М, Вита-пресс, М. 2004 г.
Симоненко В.Д., Степченко Т.А. Основы потребительской культуры: Хрестоматия для учащихся, М, Вита-пресс, М. 2004 г.
Симоненко В.Д., Степченко Т.А. Основы потребительской культуры: Методическое пособие, М, Вита-пресс, М. 2004 г.
Иванов С.И., Экономика. Часть 1 и 2, 2012
Иванов С.И., Практикум по экономике, 2012

ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ И РЕСУРСЫ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Единая коллекция ЦОР <http://school-collection.edu.ru/>

Сетевое образовательное сообщество «Открытый класс» <http://www.openclass.ru/blogs/6335>

Тематическое планирование курса. Основы потребительской культуры. 10-11 класс, 68 часов.

№ п/п	Тема занятия	Теорет. занятие	Практ. занятие
	10 класс		
	Тема 1. Потребительская культура и экология человека.(4ч.)		
1.1	Что такое потребительская культура	1	
1.2	Культура потребителя и окружающая среда	1	
1.3	Потребление: структура и нормы	1	1
1.4	Поговорим о культуре питания		
	Тема 2. Потребитель и закон. (7ч.)		
2.1	Кто такой потребитель?	1	
2.2	Суверенитет и рациональность потребителя	1	
2.3	Разнообразие человеческих потребностей и их классификация	1	1
2.4	Психология потребителя	1	
2.5	Потребность в защите: закон «О защите прав потребителей»	1	1
	Тема 3. Потребитель – король на рынке. (6ч.)		
3.1	Что такое рынок?	1	
3.2	Виды и способы торговли		1
3.3	Продажа товаров в кредит. Комиссионная торговля	1	
3.4	Продажа товаров по образцам и на дому у покупателей	1	1

3.5	Дешевле только даром	1	
	Тема 4. Куда уходят деньги? (6ч.)		
4.1	Деньги – слуги или господы?	1	
4.2	Разумные расходы – статья доходов	1	1
4.3	Рациональный бюджет школьника		1
4.4	Каждый платит налоги	1	1
	Тема 5. Информация для потребителей. (9ч.)		
5.1	Источники информации		1
5.2	Реклама – двигатель торговли	1	1
5.3	Виды рекламы	1	1
5.4	Символы на этикетках, упаковках, вкладышах	1	1
5.5	Назначение товарных знаков	1	
5.6	Индекс Е. Что он означает?		1
	Повторение. (2ч.)	2	
	Итого	21	13
	11 класс		
	Тема 6. Искусство покупать. (10ч.)		
6.1	Качество товаров	1	1
6.2	Будьте внимательны при покупке продуктов питания	1	1
6.3	Как выбирать одежду и обувь	1	1
6.4	Бытовая техника: всерьез и надолго	1	1
6.5	Всегда ли товар можно обменять	1	1
	Тема 7. Потребительская культура в сфере услуг (11ч.)		
7.1	Служба быта	1	
7.2	Правила пользования коммунальными услугами	1	
7.3	«У меня зазвонил телефон...»	1	
7.4	Это должен знать каждый, отправляясь в дорогу	1	
7.5	Век живи, век учись	1	1
7.6	Будьте здоровы...	1	1
7.7	Финансовые услуги	1	
7.8	Потребитель у нотариуса		1
7.9	Об услугах страховых агентств	1	
	Тема 8. Кто защищает права потребителей? (5ч.)		
8.1	Государственные органы по защите прав потребителей и их территориальные управления	1	
8.2	Общественные организации по защите прав потребителей		1

8.3	В каких случаях потребитель имеет право на судебную защиту	1	1
8.4	Что такое моральный вред и как он возмещается?	1	
	Повторение (8ч.)	8	
	Итого	24	10