

Муниципальное общеобразовательное учреждение  
«Усть-Наринзорская основная общеобразовательная школа»  
с. Усть-Наринзор Сретевского района Забайкальского края

«Согласовано» Руководитель МО <i>Бессонова Т.И.</i> «29» 08 2016 г.	«Согласовано» Заместитель директора по УВР <i>Вагина Т.М.</i> «30» 08 2016 г.	«Утверждаю» Директор <i>Шаймурова Т.М.</i> «31» 08 2016 г.
--	--	---

**Программа элективного курса**  
**«Основы потребительских знаний»**  
**9 класс**

Программу составил:  
учитель обществознания  
Бессонов Е.С.

с. Усть-Наринзор

2016 – 2017 учеб. год

## **Пояснительная записка.**

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 элективный 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.

Программа курса составлена на основе учебной программы Б. И. Мишина В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко «Основы потребительских знаний» и рассчитана на 11 часов учебного времени. Логика построения содержания курса предполагает сочетание теоретических и практических занятий с реализацией активизирующих педагогических проектных методик. Практические занятия предполагают выполнение упражнений и заданий эвристического характера, а также проведение самостоятельных исследований учащимися - выполнение мини-проекта.

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)
- право – права и обязанности граждан, знакомство с законом
- экономика – принципы потребительского поведения
- химия – красители, жиры.

**Цель:**

Формирование грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях.

**Задачи:**

1. Подвести учащихся к осознанию необходимости овладения различными экономическими знаниями в области прав потребителей.
2. Ознакомить с основными законодательными актами, регламентирующими права и защиту интересов потребителей, а также элементы маркировки на упаковке товаров.
3. Выработать умения и навыки разумного поведения потребителя при покупке товаров.
4. Развивать экономическое и логическое мышления, творческие и коммуникативные способности.

## Календарно-тематическое планирование

№	Тема	Кол-во часов	Форма проведения	Образовательный продукт	Дата проведения		Примечание
					План.	Факт.	
1-2	Кто такие потребители? Классификация человеческих потребностей	2	Мини-лекция с элементами дискуссии	Конспект			
3	Реклама. Виды рекламы.	1	Мини-лекция с элементами дискуссии	Реклама на товар. Конспект.			
4-5	Маркировка товаров. Определение видов маркировки.	1	Мини-лекция с элементами практикума	Конспект. Нормативные документы. Таблица.			
6	Современная система штрихового кодирования	1	Лекция с элементами практикума	Конспект. Таблица: "Методика расчета штрих-кода"			
7	Как потребитель подходит к выбору различных товаров.	1	Беседа с элементами дискуссии	Конспект.			
8-9	<i>Закон РФ "О защите прав потребителей"</i> .	1	Мини-лекция с элементами дискуссии	Конспект. Нормативные документы.			
10	Вы приобрели недоброкачественный товар. Как оформить исковое заявление.	1	Урок-диспут	Составленная ситуация. Исковое заявление. Нормативные документы.			
11	Зачет: Решение ситуаций по защите прав потребителей	1	Решение тестов, проблемных ситуаций	Составленная ситуация.			

## Содержание программы

### **Тема №1. Кто такие потребители? Классификация человеческих потребностей.**

Кто является потребителем. Суверенитет потребителя. Общее представление о видах потребностей. Психология потребителя. Потребление и сбережение. Права и обязанности потребителей.

### **Тема №2. Реклама. Виды рекламы.**

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

### **Тема №3. Маркировка товаров. Определение видов маркировки.**

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. Индекс Е. Для чего нужны пищевые добавки. Классификация пищевых добавок.

### **Тема №4. Современная система штрихового кодирования.**

Штриховой код. Разновидности систем кодирования. Что стоит за цифрами. Кто имеет право ставить штрих-код на товаре.

### **Тема №5. Как потребитель подходит к выбору различных 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.

### **Тема №6. 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.

**Тема №7.** Вы приобрели недоброкачественный товар. Как оформить исковое заявление.

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.

**Тема №8.** Зачет: Решение ситуаций по защите прав потребителей.

Изучение статей 18 – 25 закона РФ «О защите прав потребителей».

## **Требования к уровню подготовки.**

По окончании изучения элективного курса «Основы потребительских знаний», учащиеся должны:

### **Иметь представление:**

- о способах воздействия бизнеса на потребителей, критически оценивать рекламную информацию;
- правовых законодательных актах регулирующих права и защиту интересов потребителей;
- об органах по защите прав потребителей: арбитражный суд, Государственный Антимонопольный комитет, Госстандарт России, Госсанэпидемслужба России.

### **Знать/понимать:**

- место и роль потребителей в рыночной экономике, природу и сущность потребностей человека;
- специфику взаимоотношений производителей и потребителей, продавцов и покупателей;
- основы теории потребительского поведения;
- свои права и обязанности как потребителей и куда следует обращаться в случае нарушения этих прав;
- современную систему штрихового кодирования и элементы маркировки на товарах.

### **Уметь:**

- разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения;
- различать символы на упаковке товаров, этикетках, вкладышах, ярлыках, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию;
- защищать свои права в случае их нарушения;
- решать ситуации, применяя закон РФ «О защите прав потребителей»;
- оформлять иски.

## **Контроль уровня обученности.**

### ***Формы контроля знаний, умений, навыков:***

- тестовые работы;
- доклад;
- графический диктант (верно/неверно);
- решение проблемных ситуаций;
- урок-защита тематических заданий;
- деловые игры;
- выполнение и защита мини-проекта.

### **Способы оценки результатов деятельности учащихся:**

- рейтинговые оценки (тестирование);
- выполнение и защита заданий, проектов.

## Список литературы

*Для учащихся:*

1. Закон РФ « О защите прав потребителей»
2. Публикации в местных и центральных газетах.

*Для учителя:*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 1 и 2. М., 1994.
2. Закон РФ « О защите прав потребителей»
3. Закон РФ «О рекламе»
4. Закон РФ «О сертификации»
5. Симоненко В.Д., Степченко В.А. «Основы потребительской культуры». Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс, 2005.
6. Теория потребительского спроса и поведения. – В.М. Гальперина. – СПб.:1996.
7. Настольная книга покупателя/ авт.сост. А.М. Горбов.-М.:АСТ, 2005.
8. Потребитель в законе: Самоучитель разумного потребительского поведения. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 2005г.