



муниципальное бюджетное общеобразовательное  
учреждение «Школа № 29 имени начальника Управления  
пожарной охраны УВД Самарской области Карпова А.К.»  
городского округа Самара

443110, г. Самара, ул. Радонежская, 2А, телефон (факс) 334-87-66,  
e-mail: [school29@bk.ru](mailto:school29@bk.ru), сайт школы: [29-school.ru](http://29-school.ru)

«Рассмотрено»  
на заседании МО  
протокол № 1 от  
28 августа 2019 года  
Руководитель МО  
Нина /  
Юнушева Е.В.

«Согласовано»  
заместитель  
директора по УВР  
Лар /  
Широнина Е.Л.

«Утверждаю»  
директор МБОУ Школа №29  
г.о. Самара  
приказ № 1 от 28 августа 2019 г.  
од  
«28» августа 2019 г.  
/И.М. Атапина



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**Элективный курс**  
**ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

Сроки реализации 10 класс  
программы:

Составители: Хряпова И.А.

Количество часов в год: 10 класс

34

Количество часов в неделю: 1

САМАРА, 2019



**муниципальное бюджетное общеобразовательное  
учреждение «Школа № 29 имени начальника Управления  
пожарной охраны УВД Самарской области Карпова А.К.»  
городского округа Самара**

**443110, г. Самара, ул. Радонежская, 2А, телефон (факс)334-87-66,  
e-mail: [school29@bk.ru](mailto:school29@bk.ru), сайт школы: [29-school.ru](http://29-school.ru)**

**«Рассмотрено»**  
на заседании МО  
протокол № 1 от  
\_\_\_\_ августа 2019 года  
Руководитель МО  
\_\_\_\_\_  
Юнушева Е.В.

**«Согласовано»**  
заместитель  
директора по УВР  
\_\_\_\_\_  
Широнина Е.Л.

**«Утверждаю»**  
директор МБОУ Школа №29  
г.о. Самара  
приказ №\_\_\_\_\_-од  
от \_\_\_\_ августа 2019 г.  
/И.М. Атапина  
«\_\_\_\_» августа 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
Элективный курс  
ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

Сроки реализации  
программы:

Составители: Хряпова И.А.

Количество часов в год: 10 класс

34

Количество часов в неделю: 1

САМАРА, 2019

## Пояснительная записка

В настоящее время в общеобразовательной школе нет специального предмета, в результате изучения которого школьники приобретали бы знания, необходимые им в современной жизни: о правах и обязанностях потребителя, системе защиты прав потребителей, о разумном потребительском поведении. Эти знания востребованы в современной школе и формирование их необходимо в рамках отдельного учебного курса. Поэтому данный курс приобретает особую актуальность.

Рабочая программа составлена на основе программы элективного курса «Основы потребительской культуры» для 10-11 классов общеобразовательных учреждений, авторы В.Д.Симоненко, Т.А. Степанченко.

Предлагаемый элективный курс: «Основы потребительской культуры» 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. Его изучение, в сочетании с образовательной деятельностью по тому или иному направлению, а также выбора профиля дальнейшего образования, поможет школьникам адаптироваться к дальнейшей самостоятельной жизни.

Программа курса составлена на основе учебной программы В.Д. Симоненко, Т.А.Степченко «Основы потребительской культуры. Программа элективного курса для 10-11 классов общеобразовательных учреждений (для любого профиля обучения)». Содержание учебного курса адаптировано к условиям нашей школы с учетом индивидуальных особенностей учащихся, специфики образовательного учреждения, материально-технического и учебно-методического обеспечения учебного процесса.

Программа курса рассчитана на 34 часа учебного времени с учетом образовательных потребностей и интересов учащихся.

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.

Курс «Основы потребительской культуры» 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.

Цели курса:

1. Формирование знания и умения грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях.
2. Развитие экономического и логического мышления, творческих способностей, коммуникативных способностей.
3. Воспитание организованности, деловитости, культуры поведения и смелости в защите своих прав.

Задачи курса:

1. Подвести учащихся к осознанию необходимости овладения различными экономическими знаниями в области прав потребителей.
2. Познакомить с основными законодательными актами, регламентирующими права и защиту интересов потребителей, а также элементы маркировки на упаковки товаров.
3. Показать, что потребитель является главным действующим лицом в рыночной экономике, поэтому должен знать требования объективных экономических законов и вести себя в соответствии с этими требованиями.
4. Наглядно в доступно-игровой форме вырабатывать умения и навыки разумного поведения потребителя при покупке товаров.

## **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:**

- психолого-педагогический – анализ наблюдений деятельности учащихся
- рейтинговые оценки (тестирование)
- выполнение и защита заданий, проектов.

### **Перечень литературы и средств обучения**

*Для учащихся:*

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

*Для учителя:*

- Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 1 и 2. М.
- Закон РФ «О защите прав потребителей»
- Закон РФ «О рекламе»
- Закон РФ «О сертификации»
- Правила бытового обслуживания населения РФ
- Правила продажи отдельных видов продовольственных и непродовольственных товаров, утверждены Постановлением правительства
- Александрова А.Л. «Основы потребительской культуры: Пособие для учителя». – Екатеринбург: Сред. – Урал
- Симоненко В.Д. «Основы домашней экономики». – Брянск: БППУ
- Симоненко В.Д., Степченко В.А. «Основы потребительской культуры». Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс
- «Теория потребительского спроса и поведения». – В.М. Гальперина. – СПБ
- Экономические журналы «Спрос», «Впрок», «Денежка», публикации в местных и центральных газетах.
- Федько В.П., Альбеков А.У. «Маркировка и сертификация товаров и услуг». – Ростов-на-Дону, «Феникс».
- Кодекс РСФСР «Об административных правонарушениях».
- Потребитель в законе: Самоучитель разумного потребительского поведения. – М.: Информационно-издательский дом «Филинъ».
- Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей».

### **Список использованных источников**

1. Закон «Об образовании»
2. Приказ Минобразования России от 05.03.2004 года №1089 «Об утверждении федерального компонента государственных образовательных стандартов начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования»
3. Программа элективного курса для 10-11 классов общеобразовательных учреждений \ Вита-пресс, 2008 г.

## **Тема 1. Потребительская культура и экология человека (5ч.)**

Понятие «культура» Виды культуры. Принципы культурного потребления. Понятие «потребительская культура», ее место в системе общей культуры человека. Потребительская культура личности и общества. Важнейшие слагаемые потребительской культуры. Взаимосвязь человека с природой. Экономическая деятельность и экология человека. Виды потребления. Рациональное потребление. Питание и здоровье человека.

## **Тема 2. Потребитель и закон (8ч.)**

Понятие «потребитель» в обыденной 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.

## **Тема 3. Потребитель — король на рынке (6ч.)**

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. Виды и способы магазинной и внemагазинной торговли: преимущества и недостатки. Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты. Продажа гражданам товаров длительного пользования в кредит; по образцам. Особенности комиссионной торговли и на дому у покупателей. Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты.

## **Тема 4. Куда уходят деньги? (6ч.)**

**Знать:** Деньги. Из истории возникновения денег. Свойства и функции денег. Пластиковые карты: правила пользования. Национальная валюта. Как потребителю грамотно распоряжаться 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.

## **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 27.12.2002 № 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.

Сборник программно-методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений/Сост.Л.Н.Поташева. -3-е изд.- М.: ВИТА-ПРЕСС,2008

УМК:

1. Основы потребительской культуры: Учебник для старших классов общеобразоват.учрежд./ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 3-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008
2. Основы потребительской культуры: Методическое пособие/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007