

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА № 17»
(МАОУ СОШ № 17)**

Тюменская область, г.Тобольск 7А микрорайон, дом 6а, тел./факс 8 (3456) 39-48-66, E-mail: schkola17@mail.ru

РАССМОТРЕНО:

заседание методического
объединения учителей,
протокол от 24.08 2016
№ 1

СОГЛАСОВАНО:

протокол методического
Совета от 26. 08. 2016г.

УТВЕРЖДЕНО:
приказ МАОУ СОШ № 17
от 29.08.2016 г. № 97-О



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

элективного курса

«Основы потребительской культуры»

**ДЛЯ 11 КЛАССА
(профиль)
НА 2016/2017 УЧЕБНЫЙ ГОД**

Составитель:
Смирных Р. С.,
учитель истории и обществознания
первой квалификационной категории

Тобольск, 2016

Формирование готовности молодежи к адаптации в изменяющихся условиях социально-экономической жизни, получение для этого соответствующих знаний — одна из насущных общественных потребностей, для удовлетворения которой школы вводят новые предметы, открывают профильные классы. Большое значение имеет курс «Основы потребительской культуры» в качестве дисциплины предпрофильной подготовки учащихся.

Программа представлена как цикл обучения, интегрированного в экономические граждановедческие и правовые дисциплины.

Главным действующим лицом в предлагаемой программе является потребитель, поэтому в ней рассматриваются проблемы, которые решают потребители ежедневно, чтобы создать комфортные условия для жизни.

Программой предусмотрено сочетание различных форм и методов обучения: уроки — деловые игры, практикумы, уроки — защиты творческих работ, экскурсии и самостоятельные работы, а также решение тестов, задач и проблемных ситуаций, которые способствуют более эффективному решению образовательных задач.

Программа курса рассчитана на 17 часов

Цель:

Формирование знаний основ 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.
3. Развитие логического и критического мышления, творческих способностей, толерантности, коммуникативных умений.
4. Воспитание важнейших качеств культурного потребителя: целеустремленности, настойчивости, выдержки, решительности, инициативности и самостоятельности, а также организованности и уверенности.
5. Подготовка учащихся к успешной самостоятельной деятельности в экономической жизни.

1. Требования к уровню подготовки:

- знать основы экономической теории;
- понимать необходимость макропропорций и их особенностей, ситуации на макроэкономическом уровне, сущность фискальной и денежно - кредитной, социальной и инвестиционной политики;
- уметь анализировать в общих чертах основные экономические события в своей стране и за ее пределами, находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики.
- объяснять: экономические явления с помощью альтернативной стоимости; выгоды обмена; закон спроса; причины неравенства доходов; последствия инфляции;
- сравнивать/различать: спрос и величину спроса, предложение и величину предложения, рыночные структуры, безработных и незанятых;

2. Планируемые результаты

Учащиеся:

- ☐ Получат навыки рационального экономического поведения;
- ☐ Овладеют некоторыми методами самостоятельного принятия нестандартных решений в сложных ситуациях;
- ☐ Овладеют рядом экономических понятий и научатся применять их на практике.

3.Основное содержание курса

Тема 1. Потребительская культура и экология человека

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

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

Понятие «потребительская культура», ее место в системе общей культуры человека. Потребительская культура личности и общества. Важнейшие составляемые 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.

Тема 2. Потребитель и закон

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

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.

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

Тема 3. Потребитель — король на рынке

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

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».

4. Тематическое планирование

№ п/п	Тема, раздел	Кол-во часов
1.	Что такое потребительская культура?	1
2.	Потребление: структура и нормы.	1
3.	Культура питания.	1
4.	Кто такой потребитель? Суверенитет и рациональность потребителя.	1
5	Психология потребителя.	1
6	Потребность в защите. Закон «О защите прав потребителя».	1
7.	Потребитель – король на рынке. Что такое рынок?	1
8.	Продажа товаров в кредит. Комиссионная торговля.	1
9	Дешевле – только даром. Практикум: «Торговые агенты».	1
10	Куда уходят деньги? Деньги: слуги или господа?	1
11	Разумные расходы. Статьи расходов.	1
12	Рациональный бюджет школьника.	1
13	Каждый платит налоги.	1
14	Реклама – двигатель торговли. Виды рекламы.	1
15	Символы на этикетках, упаковках, вкладках.	1
16	Назначение товарных знаков. Индекс «Е», что он означает?	1
17	Зачет. Защита проектов.	1
	Итого:	17

ЛИТЕРАТУРА

1. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Учебн. пособие. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008.
2. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Хрестоматия для учащихся. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008
3. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Практикум для учащихся. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.
4. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Метод, пособие. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007.
5. Васильева Н. В. Рабочая тетрадь по курсу «Основы потребительской культуры». — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.
6. Матвеева Т. М. и др. Олимпиады по основам потребительских знаний и предпринимательства (с ответами и решениями): Пособие для учителя. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2014.