



«Утверждаю»

Директор ГБОУ Гимназии № 1358

Живилин В.В.

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ г. МОСКВЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ГИМНАЗИЯ №1358**

Направление деятельности:
Социально-экономическое
Программа обучения
«Основы потребительских знаний»

Автор
(автор-составитель):
педагог доп. образования
Т.М.Сокуренок

Срок реализации: 1 год
Возраст детей: 12 – 16 лет

Программа принята
педагогическим советом
ГБОУ Гимназии
протокол № 1
от 29.08 2016

Москва 2016

Пояснительная записка

Программа разработана Отделом потребительского образования Международной конфедерации обществ потребителей (КонфОП) с использованием методических пособий международной потребительской организации Consumers' International и английской потребительской организации Consumer Association. (Авторы - П.В.Крючкова, Е.В.Кузнецова, А.Н.Фонтанова, Конф ОП)

Цель создания программы - ввести в школах преподавание основ потребительского поведения. Важнейшие задачи нового предмета, которые необходимо решать преподавателям, определяются следующим образом:

- научить школьников находить и анализировать информацию, предназначенную для потребителей;
- научить школьников принимать осознанные решения при выборе и приобретении товаров и услуг с учетом собственной системы ценностей, оценок полезности товаров, количества и качества альтернативных вариантов выбора, экологических характеристик товаров, личного бюджетного ограничения;
- дать учащимся общее представление о существующих денежных инструментах, обучить их планировать свой бюджет;
- сформировать установки грамотного поведения в различных рыночных ситуациях;
- просветить учащихся относительно их прав и обязанностей как потребителей, познакомить их с существующей в России системой защиты прав потребителей;
- сформировать общие представления о роли человека в экономической и социальной системах, а также о возможности воздействовать на хозяйствующие субъекты и государственные органы с целью повернуть их «лицом к потребителю».

Программа рассчитана на учащихся 8-9 классов, так как в этом возрасте дети уже начали активно выступать в качестве потребителей, но устойчивые стереотипы потребительского поведения у них еще не сформировались. Поэтому у учителя есть возможность помочь учащимся стать сознательными потребителями, научить их грамотно действовать на рынке. Программа предполагает знания учащихся в рамках семи классов средней школы.

Для контроля знаний учащихся предлагается использовать мини-тесты (на знание основных понятий), устные опросы и, главное, задачи и игровые ситуации, предлагающие действия в реальных потребительских ситуациях. Образцы вопросов и задач даны в методическом пособии «Основы потребительских знаний». Специфика предмета такова, что в большинстве случаев не предполагается единственный ответ на поставленный вопрос, учитель должен оценивать способность ученика думать в заданном программой направлении, мыслить критически. Для решения задач и ответов на вопросы требуются знания математики в рамках семи классов средней школы и материалов данного курса.

Разработчики данной программы считают, что курс «Основы потребительских знаний» предполагает гораздо большую работу, нежели простая передача информации. Задача учителя – формировать определенный 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. При наличии в школе технических возможностей используется обучающая компьютерная игра.

В предлагаемом учебно-тематическом плане курса перечисляются основные разделы, а также конкретные темы занятий. Программа рассчитана в среднем на 78 часов, т.е. 2 часа в неделю в течение учебного года.

Требования к уровню подготовки учащихся

Учащиеся, прослушавшие данный курс, должны:

1. Знать и уметь объяснить основные экономические и юридические понятия, имеющие отношение к потребительскому поведению.
2. Иметь представление о способах воздействия бизнеса на потребителей (через рекламу, особые способы продажи и т.п.). Критически оценивать рекламную информацию.

3. Уметь искать и анализировать потребительскую информацию. Знать основные средства массовой информации, центральные и местные, в которых публикуются материалы по потребительской тематике. Уметь анализировать результаты сравнительных потребительских испытаний товара.

4. Уметь выбирать товар или услугу из ряда аналогичных, ориентируясь на собственные предпочтения, цену, неценовые факторы (качество, гарантии, послепродажное обслуживание и т.п.).

5. Уметь грамотно вести себя в типичных потребительских ситуациях: при покупке товара, пользовании услугами службы быта, на транспорте и т.д.

6. Уметь рационально планировать личный бюджет. Иметь представление о доходных и расходных статьях семейного бюджета. Знать основные денежные инструменты, доступные потребителю, основные правила их использования.

7. Знать основные права, которыми пользуются потребители по российскому законодательству.

8. Знать, какие организации, государственные и общественные, защищают интересы потребителя в вашем городе, в каких случаях необходимо обращаться в ту или иную организацию.

9. Понимать роль адвоката и суда в системе защиты прав потребителей. Усвоить основные принципы поведения при общении с адвокатом и в суде.

Учебно-тематический план

| № темы | Название разделов и тем | Количество часов | | |
|---------|---------------------------------------|------------------|-----------------------|----------------------|
| | | Всего | Теоретические занятия | Практические занятия |
| | I. Кто такие потребители | 11 | 6 | 5 |
| Тема 1 | Кто такие потребители | 3 | 3 | - |
| Тема 2 | Как мы выбираем | 4 | 1 | 3 |
| Тема 3 | Как продаются товары | 4 | 2 | 2 |
| | II. Информация и потребитель | 15 | 8 | 7 |
| Тема 4 | Источники информации для потребителей | 3 | 2 | 1 |
| Тема 5 | Что читать на этикетке товара | 3 | 2 | 1 |
| Тема 6 | Потребительское тестирование | 4 | 1 | 3 |
| Тема 7 | Реклама и ее регулирование | 5 | 3 | 2 |
| | III. Деньги и потребитель | 17 | 10 | 7 |
| Тема 8 | Наши расходы | 4 | 3 | 1 |
| Тема 9 | Валюта | 2 | 1 | 1 |
| Тема 10 | Жизнь в долг | 2 | 1 | 1 |
| Тема 11 | Как сберечь и приумножить свой доход | 4 | 2 | 2 |
| Тема 12 | Как покупать дешевле | 3 | 2 | 1 |
| | Пластиковые карты | 2 | 1 | 1 |

| | | | | |
|------------|---|--------|--------|--------|
| Тема 13 | | | | |
| | IV. Как себя вести | 22 | 14 | 8 |
| Тема 14 | Наши права В магазине | 4 4 | 3 3 | 1 1 |
| Тема 15 | В службе быта На транспорте | 2 2 | 1 1 | 1 1 |
| Тема 16 | Отправляясь в путешествие Образование | 2 2 | 1 1 | 1 1 |
| Тема 17 | Этика потребительского поведения «Зеленое» потребление | 3 3 | 2 2 | 1 1 |
| Тема 18 | | | | |
| Тема 19 | | | | |
| Тема 20 | | | | |
| Тема 21 | | | | |
| | V. Кто нас защищает | 13 | 7 | 6 |
| Тема 22 | Самозащита потребителей Куда обратиться за помощью | 4 3 | 2 2 | 2 1 |
| Тема 23 | Адвокат и суд | 6 | 3 | 3 |
| Тема 24 | | | | |
| | Итого: | 78 | 45 | 33 |

Программа

I. Кто такие потребители

Тема 1. Кто такие потребители

На первом (вводном) занятии учащиеся знакомятся с основными понятиями, связанными с проблемами потребительского поведения (потребитель, продавец, рынок, спрос, предложение, суверенитет потребителя), и учатся осознавать себя как потребителей в различных жизненных ситуациях.

Тема 2. Как мы выбираем

В ходе изучения этой темы учащиеся должны усвоить понятия «потребности» и «полезность», научиться различать виды потребностей: жизненно необходимые, духовные, материальные, потребности самореализации и т.п. Особое внимание уделяется индивидуальному характеру потребностей и соответственно потребительских предпочтений. Рассматривается роль цен и бюджетного ограничения в потребительском выборе, а также неценовые факторы потребительского выбора (в том числе риск).

Тема 3. Как продаются товары

Тема предполагает знакомство с правами и обязанностями продавца и покупателя, изучение цепочки, по которой товар доходит от производителя до потребителя, знакомство с разными формами торговли (оптовая и розничная, торговля в кредит, товары по почте и т.п.). Особое внимание уделяется знакомству с торговыми уловками, честными и не очень (?): различными скидками, и распродажами, лотереями, торговлей по схеме «пирамида» и т.п. Учащиеся должны уметь распознавать их и противостоять им. Предполагается деловая игра.

II. Информация и потребитель

Тема 4. Источники информации для потребителя

Тема посвящена проблеме, какая информация нужна потребителям и где ее найти. Учащиеся должны узнать, из каких источников можно получить сведения о товарах и услугах, как проанализировать полученную информацию и использовать ее при выборе товара и услуги. Предполагается деловая игра, демонстрирующая важность информации и сложность ее передачи.

Тема 5. Что читать на этикетке товара

В ходе изучения этой темы учащиеся знакомятся со значениями некоторых важнейших символов на упаковках товаров, учатся выбирать товар, ориентируясь на эти символы.

Тема 6. Потребительское тестирование

Учащиеся знакомятся с понятиями сертификации и сравнительных потребительских испытаний. Учащиеся должны научиться анализировать публикации результатов сравнительных испытаний и делать выбор на их основе. В ходе практи-

ческого занятия учащиеся должны освоить азы составления методик сравнительных испытаний и научиться выработать собственные критерии оценки товара.

Тема 7. Реклама и ее регулирование

Занятия, посвященные рекламе, должны дать учащимся представление о роли рекламы в жизни общества, познакомить с основными рекламными приемами. Главное же – научиться противостоять воздействию рекламы, критически относиться к ней и при этом использовать как источник потребительской информации. Отдельно рассматриваются проблемы государственного регулирования рекламы и роль социальной рекламы в жизни общества.

III. Деньги и потребитель

Тема 8. Наши расходы

В ходе изучения темы учащиеся знакомятся с понятием бюджета, узнают об основных направлениях расходования средств. Начиная с этой темы при наличии технических возможностей, учащиеся учатся планировать свой личный бюджет при помощи компьютерной игры.

Тема 9. Валюта

С этой темы учащиеся начинают знакомство с различными инструментами финансового рынка, с которыми они встречаются или еще встретятся в жизни. В теме рассматриваются понятия «валюта», «обменный курс», рассказывается об основных правилах валютнообменных операций.

Тема 10. Жизнь в долг

Учащиеся знакомятся с проблемами долгов и кредита: как получить кредит, о чем нужно помнить, когда берешь в долг, и т.п.

Тема 11. Как сохранить и приумножить свой доход

В ходе изучения темы рассматриваются различные виды инвестиций под процент. Учащиеся должны научиться сравнивать и выбирать различные финансовые услуги и финансовые учреждения исходя из критериев доходности и надежности, а также собственных целей. Отдельно рассматриваются понятия простого и сложного процента и методы их исчисления.

Тема 12. Как покупать дешевле

Учащиеся знакомятся с различными системами скидок, в том числе с дисконтными картами и дисконтными системами.

Тема 13. Пластиковые карты

Тема знакомит учащихся с понятием «электронных денег», с принципами работы дебетовых и кредитных карт.

IV. Как себя вести

Тема 14. Наши права

В теме рассматриваются основные права потребителей, предусмотренные российским законодательством, и законы, в которых зафиксированы эти права.

Тема 15. В магазине

В ходе изучения этой темы учащиеся должны приобрести навыки грамотного потребительского поведения при покупке товаров в магазинах.

Тема 16. В службе быта

Учащиеся осваивают «правила безопасности» при пользовании услугами службы быта.

Тема 17. На транспорте

Тема посвящена правилам грамотного поведения на железнодорожном и воздушном транспорте, в том числе покупке билетов, перевозке багажа и т.п.

Тема 18. Отправляясь в путешествие

В ходе изучения темы учащиеся знакомятся с основными терминами, встречающимися при пользовании туристическими услугами, учатся, как правильно выбирать туристическое агентство и на что обращать внимание в договоре на оказание туристических услуг.

Тема 19. Образование

В ходе изучения темы учащиеся узнают об особенностях платного и бесплатного образования, учатся правильно выбирать учебное заведение.

Тема 20. Этика потребительского поведения

Изучение этой темы призвано не допустить формирования у учащихся как у потребителей «экстремистских» наклонностей. Учащиеся должны осознать, что отстаивание своих потребительских прав не должно сопровождаться унижением продавца, который так же заслуживает уважения, как и потребитель.

Тема 21. «Зеленое» потребление

Обсуждаются вопросы взаимоотношения человека и окружающей среды, противоречивости экономических интересов отдельного человека и общества в целом. Особое внимание уделяется способам воздействия на благополучие окружающей среды через потребительское поведение.

V. Кто нас защищает

Тема 22. Самозащита потребителей

В ходе изучения этой темы закрепляются приобретенные на предыдущих занятиях навыки поведения в «экстремальных» потребительских ситуациях. Особое внимание уделяется предотвращению конфликтов с продавцом, а также разрешению конфликтов в досудебном порядке. Также разъясняется необходимость обращения за помощью к профессионалам в особо сложных случаях.

Тема 23. Куда обратиться за помощью

Учащиеся знакомятся с системой защиты интересов потребителей, существующей в России: государственными органами по защите прав потребителей, общественными организациями потребителей, в том числе действующими в их родном городе или районе.

Тема 24. Адвокат и суд

В ходе изучения темы учащимся разъясняется, в каких случаях необходимо обращение к юристу и в суд. Внимание акцентируется на том, что суд – это цивилизованный способ разрешения конфликтов, достойный современного человека. Деловая игра, моделирующая судебный процесс, должна, с одной стороны, вырабатывать у учащихся уважение к суду, а с другой – преодолеть страх перед этим органом.

Литература

Основная литература

1. Основы потребительских знаний: Пособие для учителя. – М.: ИИФ СПРОС-КонфОП, 1997.
2. Основы потребительских знаний: Учеб. для 8-9 классов средних школ. – М.: ИИФ СПРОС-КонфОП, 1997.
3. Александрова А., Белянин А., Викторова С., Крючкова П., Трухачев С., Худенко К. Основы потребительских знаний: Пособие для учителя. – М.: КонфОП, 1994.

Нормативные документы

1. Закон РФ о защите прав потребителей.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1.
3. Закон РФ о рекламе.
4. Закон РФ о сертификации.
5. Закон РФ об основах туристской деятельности.

6. Закон РФ об образовании.

Дополнительная литература

1. Аникин А.В. Юность науки. - М.: Политиздат, 1985.
2. Бродель Ф. Структура повседневности. - М.: Прогресс, 1986.
3. Бродель Ф. Игра обмена. - М.: Прогресс, 1988.
4. Бурстин Д. Американцы. Демократический опыт. - М.: Прогресс, 1993.
5. Белоусов Е., Крючкова П., Орлова Л., Сорк Д., Янин Д. Закон о защите прав потребителей с практическим комментарием. - М.: 1996.
6. Гостюшин А. Энциклопедия экстремальных ситуаций. - М.: 1996.
7. Липсиц И. Экономика: в 2-х кн. - М.: 2000.
8. Макконнелл К., Брю С. Экономикс. - М.: Республика, 1992.
9. Потребитель в законе: самоучитель разумного потребительского поведения (библиотечка журнала "СПРОС"). - М.: Филинь, 1995.
10. Хейне П. Экономический образ мышления. - М.: Дело, 1992.
11. Green N. Consumer Bidle. - NY., 1995.