

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение города Набережные Челны
«Лицей-интернат №84 имени Гали Акыша»

Директор лицея



Ф.Ф. Аюпова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
платных образовательных услуг
«Основы потребительских знаний» для обучающихся 9-10 классов (1 час в неделю, 30 часов в год)

Составитель: Чеботарева Альбина Мясумовна, учитель истории высшей квалификационной категории

Планируемые результаты изучения курса

Название раздела	Метапредметные результаты	Личностные результаты
Раздел I. Потребитель и его потребности	<p>— разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения;</p> <p>— анализировать текущую информацию об изменениях в жизни общества, статистические данные, работать с дополнительной литературой;</p> <p>— различать символы на этикетках, упаковках, вкладышах, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию;</p> <p>— защищать свои права в случае их нарушения.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - сформированность российской гражданской идентичности, патриотизма, уважения к своему народу, чувства ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, прошлое и настоящее многонационального народа России, уважения государственных символов (герб, флаг, гимн); - сформированность гражданской позиции как активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности;
Раздел II. Источники информации для потребителя	<p>- умения самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в различных ситуациях;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - готовность к служению Отечеству, его защите; - сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;
Раздел III. Поведение потребителей при покупке товаров	<p>- умения продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
Раздел IV. Поведение потребителей при выполнении работ, оказании услуг	<p>- владения навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения; - навыки сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;
Раздел V. Защита прав	<p>- готовности и способности к самостоятельной познавательной деятельности, умения ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и</p>	<ul style="list-style-type: none"> - нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей;

<p>потребителей</p>	<p>интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умения использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением правовых и этических норм, норм информационной безопасности; - умения определять назначение и функции различных социальных институтов; - умения самостоятельно оценивать и принимать решения, определяющие стратегию поведения, с учетом гражданских и нравственных ценностей; - владении языковыми средствами - умения ясно, логично и точно излагать свою точку зрения, использовать адекватные языковые средства; - владении навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований, границ своего знания и незнания, новых познавательных задач и средств их достижения. 	<ul style="list-style-type: none"> - готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности; - осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем; - сформированность экологического мышления, понимания влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды; приобретение опыта эколого-направленной деятельности; - ответственное отношение к созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни.
----------------------------	---	---

Содержание

Название раздела	Краткое содержание	Количество часов
Раздел I. Потребитель и его потребности	<p>Опорные понятия: изготовитель, исполнитель, обязанность, потребитель, потребительская культура, потребление, право, продавец, рациональное потребление.</p> <p>Кто является потребителем? Суверенитет потребителя. Права и обязанности потребителей. Общее представление о видах потребностей. Индивидуальные, групповые, общественные потребности. «Пирамида» человеческих потребностей по Маслоу. Переход потребностей с одного уровня на другой. Психология потребителя</p> <p>Рациональное потребление и норма потребления. Потребление и сбережения. Можно ли потратить больше, чем произведено? Что значит «правильно питаться»?</p> <p>Практикум: «Анализ человеческих потребностей», «Рациональный бюджет», «Составление меню».</p>	6
Раздел II. Источники информации для потребителя	<p>Опорные понятия: индекс Е, реклама, сертификат, товарный знак, этикетка, штрих-код.</p> <p>Реклама. Виды рекламы. Приемы, используемые в рекламе. Достоинства и недостатки рекламы.</p> <p>Что такое сертификат? Сертификация продукции. На какие виды продукции необходим сертификат? Какую информацию потребитель может получить из сертификата?</p> <p>Как регулируется право потребителя на информацию? Символы на этикетках, упаковках, вкладышах. Товарные знаки и их назначение.</p> <p>Штриховой код. Разновидности систем кодирования. Что стоит за цифрами? Кто имеет право ставить штрих-код на товаре?</p> <p>Индекс Е. Для чего нужны пищевые добавки? Классификация пищевых добавок.</p>	3
Раздел III. Поведение потребителей при покупке товаров	<p>Опорные понятия: гарантийный срок, качество, недостатки, срок годности, срок службы.</p> <p>Что должен знать потребитель о товаре. Требования к товару.</p> <p>Вы покупаете продукты питания. О чем следует помнить потребителю при входе в булочную? Сроки хранения и условия продажи хлебобулочных изделий. О продаже мясо-молочных продуктов.</p> <p>Как не ошибиться в выборе товара? Международные стандарты размеров одежды. Качество товаров. Недостатки: явные, скрытые, существенные. Специальные сроки: гарантийный срок, срок годности, срок службы. Замена недоброкачественного</p>	7

	<p>товара. Обмен товаров надлежащего качества.</p> <p>Особенности продажи товаров: в кредит; по образцам; по заказам и на дому у покупателя; по почте; в комиссионном магазине. Преимущества и недостатки указанных видов продажи.</p>	
Раздел IV. Поведение потребителей при выполнении работ, оказании услуг	<p>Опорные понятия: акция, банк, дивиденды, договор, инвестор, кредит, неустойка, номинал, облигация, страхование, финансы, финансовые услуги, финансовые учреждения, ценная бумага, эмитент.</p> <p>Предприятия службы быта. О правилах бытового обслуживания населения.</p> <p>Договор. Что должно быть указано в договоре? Поведение потребителей: в химчистке, в ремонтной мастерской, в ателье.</p> <p>Сроки выполнения работ (услуг) и какова ответственность за их несоблюдение. Устранение недостатков в выполненной работе. Условия выполнения работ из материала исполнителя и (или) заказчика.</p> <p>Что такое финансовые услуги? Куда наиболее выгодно вкладывать деньги? Кто может получить кредит в Сбербанке? Как правильно застраховать вклад?</p> <p>Операции с ценными бумагами, Покупки ценных бумаг. Защита прав потребителей при оказании финансовых услуг.</p> <p>Порядок пользования коммунальными услугами. Права и обязанности потребителя и исполнителя услуг. Что должен знать потребитель о пользовании радио и телефоном?</p> <p>Об услугах лечебных учреждений. Медицинское страхование.</p> <p>Защищены ли Законом «О защите прав потребителей» права пассажиров, туристов? О правилах гостиничных услуг.</p>	8
Раздел V. Защита прав потребителей	<p>Опорные понятия: адвокат, арбитраж, Государственный Антимонопольный Комитет, исковое заявление, кассационная жалоба, моральный вред, общественная организация, суд.</p> <p>Государственный Антимонопольный Комитет России. Территориальные управления Антимонопольного Комитета. Госстандарт России, Госсанэпидемслужба России, Государственный комитет по стандартизации, метрологии и сертификации. Органы по защите прав потребителей при органах местного самоуправления. Общественные организации потребителей: их функции и полномочия.</p> <p>Правила обращения в суд. Как обжаловать решение суда? Кассационная жалоба. Что должно быть указано в исковом заявлении? Кто может определить размер морального вреда? Как возмещается моральный вред?</p>	6