

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
«Агинская средняя общеобразовательная школа №1»

**«Согласовано»**  
Руководитель ШМО  
Дроздова Т.И  
Протокол № 1  
от 31 августа 2023г.

**«Согласовано»**  
Заместитель директора  
школы по ВР  
Тюрина Т.А.  
от 31 августа 2023г.

**«Утверждаю»**  
Директор школы  
Гаммершмидт Д.А.  
Приказ №266-0 от  
«31» августа 2023г.

**Рабочая программа  
внеурочной деятельности  
интеллектуальной направленности  
«Экономика. Основы потребительских знаний»  
Класс 9  
Всего часов 17**

2023-2024 учебный год

## **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Формирование готовности школьников к адаптации в изменяющихся условиях социально-экономической жизни, получение для этого соответствующих знаний — одна из насущных общественных потребностей. В связи с этим, большое значение имеет курс «Экономика. Основы потребительских знаний».

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

Грамотный потребитель должен, прежде всего, уверенно чувствовать себя в мире новых экономических понятий, знать свои права, а главное – уметь защитить себя в случае их нарушения, знать, в какие органы обратиться за консультацией; если не помогает досудебный порядок разрешения спора, не бояться обратиться в суд. Он должен четко усвоить схему принятия решения о покупке – знать, где найти информацию о товарах и услугах, как сравнить конкурирующие марки, определить предпочтительные для себя места продажи, уметь оформить сделку. Кроме того, он должен обладать способностью принимать продуманные решения об использовании и управлении личными денежными средствами и самостоятельно находить ответы на многие вопросы, которые поставит перед ним жизнь.

### **Цель данного курса**

направлена на формирование у учащихся в процессе изучения основ потребительского поведения комплексного представления:

- о месте человека как потребителя в экономической и социальной системе общества;
- об источниках потребительской информации;
- о способах решения потребительских проблем;
- о роли и функционировании системы защиты прав потребителей;
- навыков грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях.

Курс «Экономика. Основы потребительских знаний» является подготовительным этапом в изучении основ экономической науки и будет способствовать формированию интереса обучающихся к экономике. Он ориентирован на подготовку учащихся к жизни в новых экономических условиях. Социально – экономические знания, получаемые школьниками, должны формировать гражданина и соответствовать нормам и правилам, принятым в цивилизованном обществе.

### **Задачи изучения курса «Основы потребительских знаний»:**

- социальная адаптация выпускников школ к реалиям российского рынка;
- выработка адекватных представлений о роли потребителя и его месте в экономической и социальной системе общества в целом;
- обретение навыков принятия самостоятельных решений, связанных с выполнением роли потребителя;
- формирование навыков грамотного потребительского поведения в различных жизненных ситуациях;
- выработка умения отстаивать свои права как потребителя.

Данная рабочая программа позволяет получить представление о целях, содержании, общей стратегии обучения, воспитания и развития обучающихся средствами учебного курса «Экономика. Основы потребительских знаний», конкретизирует содержание предметных тем, дает примерное распределение учебных часов по разделам курса, последовательность изучения тем и разделов, логики учебного процесса, возрастных особенностей учащихся.

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДМЕТА**

Содержание основного общего образования по экономике представляет комплекс знаний по данному предмету, минимально необходимый современному гражданину России. Поэтому в общем курсе экономических знаний имеет место изучение школьниками основ потребительских знаний.

Вся система потребительского образования нацелена на то, чтобы помочь школьникам в работе с разными источниками информации, анализировать сведения, указанные в рекламе, разумно принимать решения, находить на рынке товаров и услуг то, что необходимо в тех или иных обстоятельствах, планировать свои расходы и делиться потребительскими знаниями и навыками с другими.

Курс «Экономика. Основы потребительских знаний» включает общие представления о теории потребительского поведения, понятиях рационального потребления, защите прав потребителей, ознакомление с экономическими основами большинства потребительских проблем, с которыми они и их семьи встречаются в повседневной жизни, формирование у школьников общих, и в то же время, достаточно цельных представлений о данных процессах.

Основные содержательные линии:

- кто такие потребители;
- информация и потребитель;
- права потребителей и кто их защищает.

Программа ориентирована на изучение понятий о потребителях, формирование у школьников общих, и в то же время, достаточно цельных представлений о процессах, связанных с актуальностью формирования потребительских знаний у молодёжи с целью их экономического образования.

В основу курса «Экономика, основы потребительских знаний» для преподавания в 9 классе положены такие принципы, как:

1. научности – изучение должно вестись на научной основе, чтобы обучающимся давались научно достоверные, проверенные практикой знания;
2. связи теории с практикой обучения – при изучении теоретического материала необходимо сохранять его систему и логику;
3. систематичности и последовательности – сообщение учебного материала в строгой последовательности, когда получаемые знания опираются на знания, полученные ранее;
4. доступности и посильности - соответствие заданий по содержанию, объёму, методам выполнения, возрасту, уровню подготовки обучающихся, их физическим и познавательным возможностям;
5. сознательности и активности – организация обучения, чтобы школьники могли сознательно и активно овладевать потребительскими знаниями и методами применения их на практике, чтобы у них развивалась творческая инициативность и самостоятельность в мышлении и речи;
6. наглядности – опора на занятиях на чувственно-практический опыт школьников;
7. воспитание в обучении – строгое выполнение обучающимися правил общения, норм времени, взаимных обязательств в коллективе и т. д.
8. развивающего обучения - активизация мыслительных процессов, формирование и развитие у школьников обобщенных способов деятельности, формирование навыков самостоятельной работы;
9. сохранения здоровья учащихся - применение здравоохранительных технологий на всех этапах обучения.

Все означенные компоненты содержания взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом. Помимо знаний, в содержание курса входят навыки, умения и ключевые компетентности, необходимые для социальной адаптации выпускников школ.

Данный курс рекомендуется для учащихся старшей школы в рамках профильного и предпрофильного обучения, ориентирован на изучение школьниками базовых экономических понятий и законов. Такая направленность программы соответствует концепции современной школы, целям и задачам экономического образования.

### **МЕСТО УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ**

Авторской программы основного общего образования по экономике для 9 класса П.В. Крючковой, М. «Вита – пресс», 2011 год.

Курс представляет собой адаптированный вариант программы П. Крючковой, Е. Кузнецовой для 9 классов общеобразовательных учебных заведений. Данный вариант адаптирован с учетом возрастных особенностей и предназначен для учащихся 9-х классов школы при нагрузке **0,5 часа в неделю (всего - 17 часа)**.

Программа рассчитана на обучающихся 9-х 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.

### **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

#### **Формы обучения:**

Для организации познавательной деятельности учащихся на занятиях по основам потребительских знаний целесообразно использовать разнообразные методы и формы обучения:

- **перспективные** (словесные, наглядные, практические): рассказ, лекция, беседа, практикум;
- **логические**: (индуктивные и дедуктивные) логическое изложение и восприятие учебного материала учеником. (Анализ ситуации);
- **гностический**: *объяснительно-репродуктивный, информационно поисковый, исследовательский.* ( Сообщение, доклад, проектное задание);
- **кибернетический**: *управления и самоуправления учебно-познавательной деятельностью;*
- **контроля и самоконтроля** (устный, письменный);
- **стимулирования и мотивации;**
- **самостоятельной учебной деятельности;**
- **фронтальная форма** обучения, активно управляет восприятием информации, систематическим повторением и закреплением знаний учеником;
- **групповая форма** обеспечивает учёт дифференцированных запросов учащихся;
- **индивидуальная работа** в наибольшей мере помогает учесть особенности темпа работы каждого ученика.

#### **Методы обучения:**

- эвристический,
- частично - поисковый,
- проблемный.

#### **Используемые технологии:**

В основе программы обучения лежат технологии развивающего обучения, личностно-ориентированная методика с элементами инновационных технологий:

- игровые технологии
- технология обучения в сотрудничестве;
- технология проблемного обучения;
  - технология имитационного моделирования,
  - технология алгоритмического обучения;
  - технологии группового и коллективного обучения,

- технология развития критического мышления;
- элементы технологий интегрированного обучения.

Формы организации образовательного процесса представлены классно-поурочной системой (урок изучения нового материала, комбинированный урок, повторительно-обобщающий урок).

Изучение данного курса заключается не просто в передаче информации. Задача учителя - формировать определённый образ мышления, который затем трансформируется в образ действия на рынке, поэтому при изучении курса «Основы потребительских знаний» предполагается использование:

- модификаций традиционного урока: лекция с эвристической беседой и постановкой проблемы, объяснение с элементами беседы, урок - игра и т.д.;
- современных активных форм обучения.

#### **Формы организации учебного процесса и контроля:**

- рассказ учителя,
- беседы,
- уроки — деловые игры,
- конкурсы,
- практикумы,
- уроки — защиты тематических заданий, творческих работ,
- решение задач и проблемных ситуаций,
- дискуссии,
- фронтальный опрос;
- индивидуальные задания (письменно и устно);
- самостоятельные и практические работы

Предпочтительная форма организации учебного процесса – комбинированный и проблемный урок.

#### **Виды контроля:**

· *Текущий контроль* проводится систематически на каждом уроке и позволяет выявить степень усвоения изученного учебного материала. Он проводится в форме решения ситуационных задач, индивидуального и фронтального опроса. Предусматривается использование в практике семинаров-собеседований как средства рубежного контроля. К семинарам учащиеся готовят сообщения, принимают участие в дискуссиях.

*Итоговый контроль* осуществляется по завершении учебного материала за год в форме зачетной работы.

В программе предусмотрены также творческие самостоятельные работы учащихся, задания, направленные на подбор и обобщение информации, а также проблемно-познавательные и контрольные вопросы.

#### **Формы контроля:**

- решение познавательных заданий;
- тестирование;
- выполнение заданий на выявление характерных признаков, на поиск сходства и различия;
- решение проблемных вопросов;
- понятийный диктант;

- терминологический диктант;
- составление схем и сравнительных таблиц;
- работа с документами
- работа в группе; работа в паре;
- самостоятельная работа;
- составление тезисного плана;
- написание эссе;
- подготовка устных выступлений.

Данные формы организации учебного процесса и контроля помогают школьникам усваивать теоретические знания, формируют устойчивый познавательный интерес к предмету, облегчают и ускоряют его освоение.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ КУРСА**

### **Личностные образовательные результаты**

Основные личностные образовательные результаты, достигаемые в процессе подготовки школьников в области потребительских знаний:

- развитие познавательных интересов и активности при изучении курса «Экономика. Основы потребительских знаний»;
- готовность и способность обучающихся к саморазвитию и личностному самоопределению на основе мотивации к обучению и познанию;
- готовность и способность обучающихся к формированию ценностно-смысловых установок: формированию осознанного, уважительного и доброжелательного отношения к другому человеку, его мнению и мировоззрению;
- формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками и взрослыми в процессе образовательной, общественно полезной и творческой деятельности, готовности и способности вести диалог и достигать в нём взаимопонимания;
- освоение социальных норм, правил поведения, ролей и форм социальной жизни в группах и сообществах, включая взрослые и социальные сообщества;
- развитие правового мышления и компетентности в решении моральных проблем на основе личного выбора, формирование нравственных чувств и нравственного поведения, осознанного и ответственного отношения к собственным поступкам;
- мотивированность и направленность на активное и созидательное участие в будущем в общественной и государственной жизни;
- заинтересованность не только в личном успехе, но и в развитии различных сторон жизни общества, благополучия и процветания своей страны.

### **Метапредметные результаты**

Основные метапредметные образовательные результаты, достигаемые в процессе подготовки школьников в области потребительских знаний:

- определение цели своего обучения, постановка и формулировка новых задач в учебе;
- умение сознательно организовывать свою познавательную деятельность (от постановки цели до получения результата) и оценивать правильность выполнения учебной задачи;
- умение объяснять явления и процессы социальной действительности с позиции потребителя;

- способность определять понятия, классифицировать, самостоятельно выбирать основания и критерии, устанавливать причинно-следственные связи, строить логическое рассуждение, умозаключение и делать выводы;
- способность анализировать реальные ситуации на рынке потребительских товаров и услуг, выбирать адекватные способы деятельности и модели поведения путем проведения ролевых игр;
- следование этическим нормам и правилам поведения в социуме;
- умение выполнять познавательные и практические задания на:
  - поиск и извлечение нужной информации по заданной теме в адаптированных источниках различного типа;
  - перевод информации из одной знаковой системы в другую (из текста в таблицу, из аудиовизуального ряда в текст и др.), выбор знаковых систем адекватно познавательной и коммуникативной ситуации;
  - объяснение изученных положений на конкретных примерах;
  - определение собственного отношения к явлениям современной жизни, формулирование своей точки зрения;
- способность соотносить свои действия с планируемыми результатами, корректировать свои действия в соответствии с изменяющейся задачей;
- владение основами самоконтроля, самооценки, принятия решений и осуществления осознанного выбора в учебной и познавательной деятельности;
- организация учебного сотрудничества и совместной деятельности с учителем и сверстниками; работа индивидуально и в группе: умение находить общее решение и разрешать конфликты на основе согласования позиций и учёта интересов; формулировать, аргументировать и отстаивать своё мнение;
- оценка собственных экономических действий в качестве потребителя.

### **Предметные результаты**

Основные предметные образовательные результаты, достигаемые в процессе подготовки школьников в области потребительских знаний:

#### **В познавательной сфере:**

- относительно целостное знакомство с правами и обязанностями как потребителей, так и с существующей в России системой защиты прав потребителей, что обеспечивается содержанием курса;
- владение мышлением в области потребительских знаний, обеспечивающим понимание взаимосвязи между социальными и экономическими явлениями, их влияния на качество жизни человека;
- знание ряда ключевых понятий для школьного курса «Экономика. Основы потребительских знаний»; умение объяснять с их позиций явления социальной действительности;
- умение находить и анализировать нужную информацию, предназначенную для потребителей, в различных источниках; адекватно ее воспринимать, применяя основные термины и понятия в области потребительских знаний;
- 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;
- формировать установку грамотного поведения в различных рыночных ситуациях;
- давать оценку взглядам, подходам, событиям, процессам с позиций рыночной экономической системы.

#### **В трудовой сфере:**

- оценивание своей способности и готовности к трудовой деятельности;

· оценивание своей способности и готовности к труду в конкретной предметной деятельности;

· понимание значения трудовой деятельности для личности и для общества.

### **В коммуникативной сфере:**

· знание определяющих признаков коммуникативной деятельности в сравнении с другими видами деятельности;

· знание новых возможностей для коммуникации в обществе, умение использовать современные средства связи и коммуникации для поиска и обработки необходимой информации путем создания презентаций;

· понимание языка экономических терминов в области потребительских знаний, позволяющее осознанно воспринимать соответствующую информацию;

· понимание значения коммуникации в межличностном общении;

· умение взаимодействовать в ходе выполнения групповой работы, вести диалог, аргументировать собственную точку зрения;

· разработка вариантов рекламных образов, слоганов и лейблов;

· потребительская оценка зрительного ряда действующей рекламы.

## **СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА**

### **Глава I. Кто такие потребители**

#### **Все мы потребители.**

Потребитель. Изготовитель. Исполнитель. Продавец. Товар. Услуга. Закон РФ «О защите прав потребителей».

На первом (вводном) занятии учащиеся знакомятся с основными понятиями, связанными с проблемами потребительского поведения и учатся осознавать себя как потребителей в различных жизненных ситуациях.

#### **Что мы потребляем.**

Блага, их классификация. Ограниченность благ. Потребности, их классификация

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.

#### **Почему рынок не решает всех потребительских проблем.**

Рынок. Законы рынка.

Тема предполагает знакомство с правами и обязанностями продавца и покупателя, изучение цепочки, по которой товар доходит от производителя до потребителя, круг правоотношений, регулируемых Законом РФ «О защите прав потребителей».

#### **Тема «Как мы выбираем».**

##### **Проблема выбора – одна из главных.**

Ресурсы. Факторы производства. Ограниченность ресурсов. Выбор

В ходе изучения этой темы рассматривается роль цен и бюджетного ограничения в потребительском выборе, а также неценовые факторы потребительского выбора (в том числе риск). Вводится понятие «альтернативной стоимости».

#### **Тема «Как мы выбираем».**

##### **Потребности: «нужно» или «хочу». Потребности и выбор.**

Безграничность потребностей. Полезность. Закон демонстративного потребителя.

##### **Процесс принятия решения и цена выбора.**

Дополнительные издержки. Дополнительные выгоды. Рациональный выбор.

Эмоциональный выбор.



### **Тема « Как продаются товары и услуги».**

Тема предполагает 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, торговав по схеме «пирамида» и т. п. Учащиеся должны уметь распознавать их и противостоять им.

#### **Как товар находит потребителя.**

Торговля, виды торговли. Импорт, экспорт.

#### **Какие бывают магазины.**

Виды магазинов. Самообслуживание. Вещевой рынок. Ярмарка.

#### **Внемагазинные формы торговли.**

Посылочная торговля. Дистанционная торговля.

#### **Стимулирование сбыта.**

Предоставление скидки. Зачет подержанного товара при покупке нового. Розыгрыши призов. Стимулирующие лотареи.

#### **Как продаются услуги.**

Виды услуг. Работа.

### **Тема « Что надо знать, чтобы защищать свои права».**

#### **Самозащита потребителя.**

Договор. Претензионное заявление.

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.

#### **Кто нас защищает.**

Защита прав потребителей. Юрист, адвокат.

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.

#### **Как общаться с юристом.**

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.

### **КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

<b>№ п/п</b>	<b>тема занятия</b>		<b>кол час.</b>	<b>план</b>	<b>факт</b>
<b>1</b>	Все мы потребители	Потребитель. Изготовитель. Исполнитель. Продавец Товар. Услуга Закон РФ «О защите прав потребителей»	1		
<b>2</b>	Что мы потребляем	Блага, их классификация Потребности, их классификация	1		
<b>3</b>	Почему рынок не решает всех потребительских проблем	Рынок Законы рынка	1		
<b>4.</b>	Проблема выбора	Ресурсы	1		

		Факторы производства Ограниченность ресурсов Выбор			
5-6.	Потребности и выбор	Безграничность потребностей Полезность Закон демонстративного потребителя	1		
7.	Процесс принятия решения и цена выбора	Дополнительные издержки Дополнительные выгоды Рациональный выбор Эмоциональный выбор	1		
8.	Как товар находит потребителя	Торговля, виды торговли Импорт, экспорт	1		
9.	Какие бывают магазины	Виды магазинов Самообслуживание Вещевой рынок Ярмарка	1		
10.	Внемагазинные формы торговли	Посылочная торговля Дистанционная торговля	1		
11.	Стимулирование сбыта		1		
12.	Как продаются услуги	Виды услуг Работа	1		
13.	Самозащита потребителя	Договор Претензионное заявление	1		
14.	Кто нас защищает	Государственная защита прав потребителей	1		
15.	Общение с юристом	Защита прав потребителей Юрист, адвокат	1		
16.	Зачет		1		
17.	Работа над ошибками		1		