**Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа №6 муниципального образования город Ноябрьск»**

**Братцева Алевтина Ивановна, учитель истории и обществознания**

**Рабочая программа по внеурочной деятельности по курсу «Юный экономист для 5-6 класса( обществознание),2014 год.**

**Пояснительная записка**

Рабочая программа по элективному предмету для 5 класса «Потребитель в экономике» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования и авторской программы курса «Основы потребительских знаний» Б.И. Мишин, В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко.

Рабочая программа ориентирована на использование учебников:

-Абрамов А.В., Битиянова М.Р., Иванов А.В. и др/ под ред. Тишкова В.А. Обществознание. – М.: «Просвещение», 2009.

-Симоненко В.Д., Степченко Т.А. «Основы потребительской культуры» М.: Вита-Пресс, 2008.

Предлагаемая программа рассчитана на 35 часа учебного времени и предназначена для учащихся 8–9 классов общеобразовательных школ, лицеев, гимназий. Программу пришлось адаптировать, она рассчитана на 2 года обучения 5-6 класс. Пятый класс «Потребитель в экономике» 35 часов, шестой «Юный Экономист» 35 часов.

«Юный экономист» преследует **цели:**

1. Сформировать у учащихся знания и умения грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях.

2. Развивать у учащихся экономическое и логическое мышление, творческие способности, коммуникативные умения.

3. Воспитывать у учащихся организованность, деловитость, культуру потребления, самостоятельность и смелость в защите своих прав.

**Задачи курса:**

1. Подвести учащихся к осознанию необходимости овладения различными экономическими знаниями в области прав потребителей.

2. Рассмотреть природу, виды потребностей человека и общества и пути их удовлетворения, способствовать формированию разумных потребностей.

3. Показать, что потребитель является главным действующим лицом в рыночной экономике, поэтому должен вести себя в соответствии с требованиями объективных экономических законов.

4. Наглядно, в доступной игровой форме вырабатывать умения и навыки разумного поведения потребителей при покупке товаров, оказании услуг.

5. Регулярно знакомить учащихся с основными законодательными актами, регламентирующими права и защиту интересов потребителей.

**Направленность программы** – научно-познавательная. Программа носит практико-ориентировочный характер и направлена на овладение воспитанниками элементарными коммуникативными умениями.

**Общая характеристика учебного предмета «Юный экономист»**

Дополнительное образование детей – целенаправленный процесс воспитания, развития личности и обучения посредством реализации дополнительных образовательных программ, оказания дополнительных образовательных услуг. 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 потребителей, системе защиты прав потребителей, о разумном потребительском поведении, о месте и роли потребителей в рыночной экономике.

Так как главным действующим лицом является потребитель, то в первом разделе программы говорится о роли потребителей в рыночной экономике, о суверенитете потребителя, рассматриваются их основные права и обязанности, дается анализ человеческих потребностей и потребления.

Одним из важных вопросов как при покупке товаров (выполнении работ, оказании услуг), так и при защите прав потребителей является владение потребителями полной и достоверной информацией о продавце (исполнителе, изготовителе) и о предлагаемых им товарах (работах, услугах), и поэтому второй раздел посвящен доступным для потребителя источникам информации.

На вопрос: «Как должен вести себя потребитель при покупке товаров и оказании услуг?» – отвечает содержание третьего и четвертого разделов. Хорошо знать свои права потребителям чрезвычайно важно. Причем не просто знать, но и проявлять активность в их защите, поэтому завершает программу раздел о защите прав потребителей, главная цель которого – познакомить учащихся с системой государственных органов и общественных организаций по защите прав потребителей, с оформлением необходимой документации, если дело дошло до судебного разбирательства. Примечательно, что все ответы на те или иные вопросы, связанные с поведением потребителей при покупке товаров и оказании услуг, даны со ссылкой на конкретные статьи Закона «О защите прав потребителей», соответствующие Правила и другие нормативные документы.

Программой предусмотрено сочетание **различных форм и методов обучения:** уроки – деловые игры, практикумы, уроки защиты тематических заданий, самостоятельные работы; экскурсии, а также решение тестов, творческих задач и проблемных ситуаций.

Практика преподавания курса показывает, что одной из эффективных форм проведения занятий является урок-диспут (лекция, беседа) с приглашением для выступления представителей отделов по защите прав потребителей при местных органах самоуправления, территориального антимонопольного комитета, общественных организаций по защите прав потребителей, сотрудников Госсанэпиднадзора, Госторгинспекции и др.

Приоритетными принципами программы являются:

-связь теории с практикой, обучения с жизнью;

-заложить у учащихся основы потребительской культуры;

- учет возрастных и индивидуальных особенностей личности;

-единство обучения, воспитания и развития;

**Место учебного предмета «Юный экономист» в учебном плане**

В соответствии с учебным планом МБОУ СОШ №6 на элективный предмет «Юный экономист» отводится в 5 классе1час в неделю, всего 35 часов

**Метапредметные и предметные результаты освоения элективного предмета «**Юный экономист**».**

***Метапредметные результаты:***

-способность сознательно организовывать и регулировать свою деятельность – учебную, общественную и др.;

-владение умениями работать с учебной и внешкольной информацией (анализировать и обобщать факты, составлять простой и развернутый план, тезисы, конспект, формулировать и обосновывать выводы и т.д.), использовать современные источники информации, в том числе материалы на электронных носителях;

-способность решать творческие задачи, представлять результаты своей деятельности в различных формах (сообщение, эссе, презентация, реферат и др.);

-готовность к сотрудничеству с соучениками, коллективной работе, освоение основ межкультурного взаимодействия в школе и социальном окружении и др.

***Предметные результаты:***

-умения изучать и систематизировать информацию из различных исторических и современных источников, раскрывая ее социальную принадлежность и познавательную ценность;

-готовность применять экономические знания для выявления в повседневной жизни.

**Учащиеся научатся:**

– определять основные закономерности экономической жизни общества, категории экономической науки и изучаемого курса;

– понимать место и роль потребителей в рыночной экономике, природу и сущность потребностей человека, пути их удовлетворения и формы разумного потребления;

– классифицировать специфику взаимоотношений производителей и потребителей, продавцов и покупателей;

– выделять основы теории потребительского поведения;

– классифицировать свои права и обязанности как потребителей и понимать куда следует обращаться в случае нарушения этих прав.

**Учащиеся смогут научиться:**

– разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения;

– анализировать текущую информацию об изменениях в жизни общества, статистические данные, работать с дополнительной литературой;

– различать символы на этикетках, упаковках, вкладышах, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию;

– защищать свои права в случае их нарушения.

**Содержание учебного предмета.**

**Раздел I. Потребитель и его потребности.**

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. Самоменеджмент в деятельности потребителя.

Рациональное потребление и норма потребления. Потребление и сбережения. Можно ли потребить больше, чем произведено? Что значит «правильно питаться»?

***Основные понятия:***

Потребитель, потребность, суверенитет потребителя, продавец, обязанность, потребительская культура, право, рациональное потребление.

**Раздел II.** **Источники информации для потребителей.**

Реклама. Виды рекламы. Приемы, используемые в рекламе. Достоинства и недостатки рекламу. Проблемы государственного регулирования рекламы. Сертификация продукции. На какие виды продукции необходим сертификат. Какую информацию потребитель может получить из сертификата. Как регулируется право потребителя на информацию. Символы на этикетках, упаковках, вкладышах. Товарные знаки и их назначение. Штриховой код. Разновидности систем кодирования. Что стоит за цифрами. Кто имеет право ставить штрих-код на товаре. Индекс Е. Для чего нужны пищевые добавки. Классификация пищевых добавок.

***Основные понятия:***   
Индекс Е, реклама, сертификат, товарный знак, этикетка, штрих-код, товарная марка, упаковка.

***Практическая часть***

«Определение пищевых добавок в продуктах»

«Определение видов маркировки»

«О чем нам расскажет штрих-код»

«Создание рекламы»

**Раздел III. Поведение потребителей при покупке товаров.**

Что должен знать потребитель о товаре. Требование к товару. Вы покупаете продукты питания. О чем следует помнить потребителю при покупке товаров. 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 товара. Обмен товаров надлежащего качества. Особенности продажи товаров: в кредит, по образцам, по заказам и на дому у покупателя, по почте, в комиссионном магазине. Торговые уловки: скидки, распродажи, лотереи, торговля по схеме «пирамида». Преимущества и недостатки указанных видов продажи.

***Опорные понятия:***гарантийный срок, качество, недостатки, срок годности, дата реализации, срок службы, скидка, кредит, рассрочка.

***Практическая часть***

«Международные стандарты размеров одежды»

«Расшифровка маркировки на консервированной продукции»

Деловая игра: «Как я покупаю товар?»

Экскурсия в супермаркет

**Раздел IV. Поведение потребителей при выполнении работ, оказании услуг**

Предприятия службы быта. О правилах бытового обслуживания населения. Договор. Что должно быть указано в договоре? Поведение потребителей: в химчистке, в ремонтной мастерской, в ателье. Сроки выполнения работ (услуг) и какова ответственность за их несоблюдение. Устранение недостатков в выполненной работе. Условия выполнения работ из материала исполнителя и (или) заказчика. Что такое финансовые услуги? Куда наиболее выгодно вкладывать деньги? Кто может получить кредит в Сбербанке? Как правильно застраховать вклад? Операции с ценными бумагами. Покупка ценных бумаг. Защита прав потребителей при оказании финансовых услуг. Порядок пользования коммунальными услугами. Права и обязанности потребителя и исполнителя услуг. Что должен знать потребитель о пользовании радио и телефоном? Об услугах лечебных учреждений. Медицинское страхование. Защищены ли Законом «О защите прав потребителей» права пассажиров, туристов? О правилах гостиничных услуг.

**Опорные понятия:** акция, банк, дивиденды, договор, инвестор, кредит, неустойка, номинал, облигация, страхование, финансы, финансовые услуги, финансовые учреждения, ценная бумага, эмитент.

**Практическая часть. 1.**  «Оплата коммунальных услуг». Решение практических ситуаций. 2.Экскурсия в Дом быта. Встреча с руководителями предприятий бытового обслуживания и оказания услуг.

**Раздел V.**  **Защита прав потребителей.**

Государственный антимонопольный комитет России. Госстандарт России, Госсанэпидемслужба России, Государственный комитет по стандартизации, метрологии и сертификации. Органы по защите прав потребителей. Общественные организации потребителей, их функции и полномочия. Правила обращения в суд. Как обжаловать решение суда. Кассационная жалоба, исковое заявление. Что должно быть указано в исковом заявлении. Кто может определить размер морального вреда. Как возмещается моральный вред. Изучение статей 18 – 25 закона РФ «О защите прав потребителей».

***Основные понятия:***

Адвокат, арбитраж, исковое заявление, Государственный антимонопольный комитет, исковое заявление, кассационная жалоба, моральный вред, суд.

***Практическая часть***

«Как правильно составить исковое заявление?»

«Как обжаловать решение суда?»

Анализ конкретных практических ситуаций.

Организация встречи с руководителями Департамента по социальной политике комитета, отделов по защите прав потребителей при местной администрации

Деловая игра: «Вы приобрели недоброкачественный товар».

**Контроль уровня обученности обучающихся. Карта контроля.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Раздел, тема** | **Вид контроля** | **Форма контроля** | **Методические инструменты** |
|  | **Раздел I. Потребитель и его потребности** | | | |
| 1 | Кто такие потребители | Вводный | Ф | У/О |
| 2 | Классификация человеческих потребностей | Текущий | ПР | Практикум: Анализ человеческих потребностей |
| 3 | Права и обязанностей потребителей | Текущий | Ф | Закон РФ «О защите прав потребителей» |
| 4 | Психология потребителя | Текущий | Ф | Вопросы и задания |
| 5 | Рациональное потребление и норма потребления | Текущий | ПР | Практикум: Рациональный бюджет |
| 6 | Поговорим о культуре питания | Текущий | ПР | Практикум: Составление меню |
|  | **Раздел II. Источники информации для потребителя** | | | |
| 7 | Реклама: доверяй, но проверяй | Текущий | Ф | Задание. Вспомните и перечислите не менее 15 рекламных носителей |
| 8 | Виды рекламы | Текущий | Г | Деловая игра «Рекламный агент» |
| 9 | Предъявите сертификат | Текущий | Г | Работа в группах с наглядным материалом |
| 10 | Символы на этикетках, упаковках, вкладышах | Текущий | Г | Работа с раздаточным материалом |
| 11 | Назначение товарных знаков | Текущий | Г | Работа с раздаточным материалом |
| 12 | Загадочная зебра, или О чем нам расскажет штрих-код | Текущий | ПР | Практикум: Что стоит за цифрами? |
| 13 | Индекс Е. Что он означает? | Текущий | ПР | Практикум: Определение пищевых добавок в продуктах |
|  | **Раздел III. Поведение потребителей при покупке товаров** | | | |
| 14 | На что следует обращать внимание при покупке товаров? Экскурсия в супермаркет | Текущий | ПР | Составление таблиц «Советы потребителя» |
| 15 | Будьте внимательны при покупке продуктов питания | Текущий | Ф | Составление таблицы «Важные минералы, их источники и значение» |
| 16 | Вы выбираете одежду и обувь | Текущий | ПР | Практикум: Международные стандарты размеров одежды |
| 17 | Бытовая техника | Текущий | Ф | Таблица «Знаки, информирующие о правилах пользоваться товаром» |
| 18 | О продаже товаров в кредит и по образцам | Текущий | Г | Деловая игра «Как я покупаю товар» |
| 19 | Отдельные виды продажи товаров: по заказам и на дому у покупателей, по почте, в комиссионном магазине | Текущий | Ф | Работа с раздаточным материалом |
| 20 | Если вы приобрели недоброкачественный товар | Текущий | ПР | Практикум: Как оформить рекламацию? |
| 21 | Можно ли обменять качественный товар? | Текущий | ПР | Деловая игра «Потребитель и маркетинг |
|  | **Раздел IV. Поведение потребителей при выполнении работ и оказании услуг** | | | |
| 22 | Что должен знать потребитель о службе быта? | Текущий | Г | Экскурсия в дом быта. Встреча с руководителями предприятий бытового обслуживания и оказания услуг |
| 23 | Оформление заказов на услуги. Договор | Текущий | Ф | Работа с раздаточным материалом |
| 24 | О чем следует помнить, передавая материал в работу? | Текущий | Ф | Задания по карточкам |
| 25 | Финансовые услуги | Текущий | Ф | Задания по карточкам |
| 26 | Правила пользования коммунальными услугами | Текущий | ПР | Практикум: Оплата коммунальных услуг Решение практических ситуаций. |
| 27 | Услуги лечебных учреждений | Текущий | Ф | Работа с раздаточным материалом |
| 28 | Это должен знать каждый прежде, чем отправиться в дорогу: потребитель в роли пассажира, туриста, клиента | Текущий | Ф | Работа с раздаточным материалом |
|  | **Раздел V. Защита прав потребителей** | | | |
| 29 | Система государственных органов по защите прав потребителей | Текущий | Ф | Работа с раздаточным материалом |
| 30 | Общественные организации по защите прав потребителей | Текущий | Ф | Советы потребителя |
| 31 | В каких случаях потребитель имеет право на судебную защиту? | Текущий | ПР | Практикум: Как обжаловать решение суда? |
| 32 | Как правильно составить исковое заявление? | Текущий | ПР | Практикум: «Как правильно составить исковое заявление?» |
| 33 | Что такое моральный вред и как он возмещается? | Текущий | Ф | Решение проблемных ситуаций, образцы заявлений и жалоб |
| 34-35 | Презентации проектов. Обсуждение презентации | Текущий | И | Заслушивание сообщений |

**Учебно-тематический план**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Название разделов** | **Количество часов** | | |
| **Всего** | **Теоретические занятия** | **Практические занятия** |
| 1 | Раздел I. Потребитель и его потребности | 11 | 6 | 5 |
| 2 | Раздел II. Источники информации для потребителя | 13 | 7 | 6 |
| 3 | Раздел III. Поведение потребителей при покупке товаров | 13 | 7 | 6 |
| 4 | Раздел IV. Поведение потребителей при выполнении работ и оказании услуг | 14 | 10 | 4 |
| 5 | Раздел V. Защита прав потребителей | 15 | 8 | 7 |
|  | **Итого** | **70** | **26** | **44** |

**Учебно - методическое и материально-техническое обеспечение образовательного процесса.**

***Методические пособия для учителя***

Абрамов А.В., Битиянова М.Р., Иванов А.В. и др/ под ред. Тишкова В.А. Обществознание. – М.: «Просвещение», 2009

Симоненко В.Д., Степченко Т.А. «Основы потребительской культуры» М.: Вита-Пресс, 2004

Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть II. Текст.

Защита прав потребителей: Сборник нормативных документов. – М.: ЭНН, 1995. – 256 с.

Защита прав потребителей. 100 вопросов и ответов / Под ред. В.И. Таланцева. – М.: Кросна-Лекс, 1996. – 168 с.

Кесельман А. Искусство зарабатывать деньги. (Маркетинг: теория и практика). – Ашхабад: Метбугат, 1990. – 64 с.

Коммерческий словарь. 3000 терминов / Под ред. Азримияна А.Н. – М., 1992. – 320 с.

Липсиц И.В. Экономика. – М.: Вита-Пресс, 2000.

Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. – В 2 т. / Пер. с англ. – Таллинн, 1993. – 399 с.

Прикладная экономика: Учебное пособие для учащихся старших классов / Пер. с англ. – М.: Просвещение, 1992. – 224 с.

Симоненко В.Д. Методика обучения учащихся основам предпринимательства. – Брянск: БГПУ, 1994. – 117с.

Симоненко В.Д. Семейная экономика. – М.: Вита-Пресс, 2000.

Симоненко В.Д., Степченко Т.А. Потребитель в экономике. – Брянск, 1996. – 243 с.

***Учебное оборудование***

- экран,

-ноутбук

- системный блок,

- монитор,

-2 звуковые колонки,

- клавиатура,

- мышь;

- принтер;

- проектор;

- единая локальная сеть школы.

- доступ к сети Интернет.