

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Министерство общего и профессионального образования Ростовской
области


Кашарский отдел образования администрации Кашарского района
МБОУ Поповская СОШ

РАССМОТРЕНА
на методическом
Совете


СОГЛАСОВАНА
Заместитель директора
по УВР

УТВЕРЖДЕНА
Директор МБОУ
Поповская СОШ

Протокол № 1 заседания
МС от «29» 08 2025 г.



Михайлова Е.В.
от «29» 08 2025 г.



Козырева Е.В.
Приказ от «01» 09 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Курса внеурочной деятельности

«Основы предпринимательства и потребительских знаний»

для учащихся 10 класса

сл. Поповка
2025 г.

Пояснительная записка

Предполагаемый курс рассчитан на 34 учебных часов учебного времени и предназначен для учащихся 8-10 классов общеобразовательных учреждений.

- **Целью** данной рабочей программы является 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».

Место предмета в учебном плане

Согласно учебному плану МБОУ «Поповская СОШ» в 8, 9, 10 классах на изучение предмета отводится по 1ч. в неделю, 34 учебных часов в год,

Основные 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.
1. Знать основные права, которыми пользуются потребители по российскому законодательству.
 2. Знать, какие организации, государственные и общественные, защищают интересы потребителя в вашем городе, в каких случаях необходимо обращаться в ту или иную организацию.
 3. Понимать роль адвоката и суда в системе защиты прав потребителей. Усвоить основные принципы поведения при общении с адвокатом и в суде.

Тематический план

№ п/п	ТЕМА	ТЕОРИЯ	ПРАКТИКА
1	Кто такие потребители 6	4	2
2	Информация для потребителей 8	5	3
3	Как вести себя 10	6	4
4	Потребительская культура 4	3	1
5	Кто нас защищает 6	2	4
6	Обзор пройденного материала 2	2	-

Содержание курса 34 часа.

Раздел I

Кто такие потребители (6 часов).

Потребитель (юридическое толкование понятия), интересы потребителя.

Продавец производитель, производитель, исполнитель, Товар, работа, услуга. Торговля. Оптовая и розничная торговля.

Формы торговли. Специализированные и универсальные магазины, традиционная торговля. Супермаркеты, гипермаркеты. Внемагазинные формы торговли: по каталогам, посылочная, телемагазины, интернет-магазины, прямые продажи. Стимулирование сбыта. Распродажи, лотереи, розыгрыши призов. Торговые уловки. Системы скидок (дисконт). Принципы работы. Дисконтные карточки. *Практикум: деловая игра «Портрет идеального потребителя».*

Раздел II

Информация для потребителей (8 часов)

Потребительская информация. Источники информации. Информационная асимметрия. Достоверность. Неформальные источники. Информация продавца. Достоверность. Стороны договора. Порядок изменения и расторжения договора. Специальные издания для потребителя. Анализ информации. Маркировки товаров.

Сравнительные потребительские испытания. Правила, организация, проведение, представление результатов, выбор товаров. Реклама. Рекламодатель, рекламо - производитель, рекламо -распространитель. Рекламные приемы, преувеличения. Недобросовестная реклама. Заведомо ложная реклама, Недостоверная реклама. Неэтичная реклама. Скрытая реклама. Публичная оферта. Социальная реклама.

Практикум: тестирование потребительских свойств товара. Раздел III

Как себя вести (10 часов)

Законодательство по защите прав потребителей: история принятия и совершенствования. Права потребителей. Восемь прав потребителей, закрепленных Руководящими принципами ООН.

Право на безопасность. Срок службы. Срок годности. Гарантии обеспечения безопасности. Права потребителя в случае приобретения товара, не отвечающего требованиям безопасности..

Право на информацию. Обязательные требования к информации о товаре, продавце. Ответственность продавца за предоставление недостоверной и недостаточно полной информации. Права потребителя в случае предоставления недостоверной информации. Право на возмещение вреда. Материальный ущерб. Моральный вред.

Права потребителей при покупке товаров.

Права потребителей при оказании услуг (выполнении работ).

Права пассажиров на транспорте.

Практикум: потребительское тестирование предоставления услуг. Раздел IV

Потребительская культура (4 часа)

Этико - экологические аспекты потребительской культуры.

Три составляющих потребительской культуры: грамотный выбор, потребление (использование), утилизация. Межличностные отношения. Психологические факторы потребительского поведения. Этика потребительского поведения. Окружающая среда. Экология. Потребление, не наносящее вреда окружающей среде. Утилизация отходов. *Практикум:* проект по теме «Зеленое потребление».

Раздел V

Кто нас защищает (6 часов)

Нарушение прав потребителей. Порядок действий в случае нарушения прав потребителей. Претензия.

Система органов по защите прав потребителей. Органы общей компетенции. Их роль в защите прав потребителей.

Органы специальной компетенции. Государственные, муниципальные и общественные организации. Функции, ответственность, практика работы. Суд. Судья. Функции суда. Процесс. Гражданский процесс. Иск. Исковое заявление. Судебное заседание. Адвокат, функции и права, Доказательство. Экспертиза. Мирное соглашение. Судебное решение: обжалование, исполнение. *Практикум:* экскурсия в суд или адвокатское бюро,

Формы и критерии контроля знаний обучающихся и средства контроля

- семинары;
- практические занятия;
- викторина; защита рефератов.

Учебно-методические средства обучения

- Закон РФ «О защите прав потребителей»:

-Закон РФ «О рекламе».

-Закон РФ "О техническом регулировании»

-Основы потребительских знаний: Методические рекомендации. В2ч./Колл. авт. М.,2007. Основы потребительских знаний: Учебник /Колл. авт. М., 2008. Правила оказания услуг в Российской Федерации. М., 2011. Правила торговли. М., 2008 Ростовцева Л.И. Поведение потребителей и потребительская культура. М., 2007

Информационные ресурсы в сети Интернет

- <http://viki.rdf.ru/>

- <http://www.uroki.net/>

-<http://www.uchportal.ru/>

Календарно-тематическое планирование по основам потребительских знаний и предпринимательства 10 класс(1ч).

№ п/п	Темы, разделы	дата план	дата факт
	<i>Как себя вести</i>	7	
1	Право на информацию. Обязательные требования к информации о товаре.	4.09	
2	Право на возмещение вреда материального, морального.	11.09	
3	Права потребителей. Тестирование.	18.09	
4	Права потребителей на оказание услуг.	25.09	
5	Качественные, некачественные договора. Практическая работа.	2.10	
6	Права пассажиров на транспорте.	9.10	
7	Потребительское тестирование. Предоставление услуг.	16.10	
	<i>Потребительская культуры</i>	4	

8	Этика потребительского поведения. Этико - экологические аспекты. Потребительская культура.	23.10	
9	Три составляющих потребительской культуры.	6.11	
10	Межличностные отношения.	13.11	
11	Зеленое потребление. Окружающая среда. Экология.	20.11	
	<i>Кто нас защитит</i>	6	
12	Система органов по защите прав потребителей.	27.11	
13	Система органов по защите прав потребителей.	4.12	
14	Куда обратиться за помощью.	11.12	
15	Органы специальной компетенции.	18.12	
16	Подведение итогов.	25.12	
	Введение	4	
17.	Предпринимательство и бизнес.	15.01	
18.	Предприниматель и его качества.	22.01	
19.	История успеха предпринимателей. Работа со СМИ.	29.01	
20.	Тест «Предпринимательские способности».	5.02	
	Основы рыночной экономики	10	
21.	Рынок и условия его возникновения.	12.02	
22.	«Три кита» рыночной экономики.	19.02	

23.	Структура рынка. Субъекты рыночной экономики.	26.02	
24.	Виды рынков по объектам рыночных отношений.	5.03	
25.	Виды рынков по географическому положению.	12.03	
26.	Рыночная инфраструктура.	19.03	
27.	Законы спроса и предложения.	26.03	
28.	Рыночный механизм.	9.04	
29.	Факторы спроса и предложения.	16.04	
30.	Деловая игра «Фирмы и потребители».	23.04	
	Основы предпринимательской деятельности	4	
31.	Предпринимательство и предпринимательские отношения.	30.04	
32.	Источники предпринимательского права. Работа с нормативно-правовыми актами.	7.05	
33.	Факторы производства.	14.05	
34.	Подведение итогов.	21.05	