

МБОУ «Адамовская основная общеобразовательная школа»

Согласована  
*Гомбоева В.Р.*  
Зам.директора по УВР  
Гомбоева В.Р.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по *экономике*

класс: *9*

ФИО учителя: *Нолева Л.Г.*

Год разработки программы *2014*

Срок действия программы *3 года*

## Пояснительная записка

Рабочая программа разработана на основе примерной программы основного общего образования по экономике и авторской программы П. В. Крючковой, соответствующей Федеральному компоненту государственного стандарта общего образования и допущенной Министерством образования и науки Российской Федерации.

Рабочая программа предназначена для учащихся основной школы, не занимающихся по программе профильного курса экономики. Она конкретизирует содержание предметных тем образовательного стандарта, дает примерное распределение учебных часов по темам курса, определяет минимальный набор самостоятельных и практических работ, выполняемых учащимися.

**Актуальность.** Преподавание экономики в школе – это в определенной мере дань требованиям, выдвигаемым жизнью, которая зависит от экономических законов не меньше, чем от законов природы. Актуальность проблемы обусловлена как радикальными изменениями в политической и экономической жизни России, так и единства в понимании предмета, целей и места экономики как учебной дисциплины в школьном образовании. Современному человеку, бесспорно, для успешной социализации, необходимо иметь представление об экономической теории и практике, о применении экономических закономерностей в конкретных ситуациях.

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 «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.

**Цель данного курса** – в процессе изучения основ потребительского поведения формировать у учащихся 9-х классов установки грамотного поведения в различных рыночных ситуациях. Курс так же является подготовительным этапом в изучении основ экономической науки и должна способствовать формированию интереса учащихся 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.

Исходя из цели программы, можно выстроить систему **задач**:

*Образовательные:*

- освоение учащимися знаний рационального потребления, теории потребительского поведения и защиты прав потребителей;
- профессиональная ориентация и развитие способностей школьников к деятельности в сфере экономики и предпринимательства;
- формирование опыта применения полученных знаний и умений для решения типичных экономических задач.

*Развивающие:*

- овладение умениями разумного выбора различных источников информации, товаров, услуг и навыками самозащиты на основе государственного законодательства;
- вырабатывать умения и навыки разумного поведения потребителей при покупке товаров, оказании услуги;
- овладение умениями получать и критически осмысливать экономическую информацию, анализировать, систематизировать полученные данные;
- подходить к событиям общественной и политической жизни с экономической точки зрения;
- развитие логического и критического мышления, творческих способностей, толерантности, коммуникативных умений;
- развитие экономического образа мышления; способности к личному самоопределению и самореализации.

*Воспитательные:*

- формирование коммуникативных навыков.
- воспитание ответственности за экономические решения;
- потребности в получении экономических знаний и интереса к изучению экономических дисциплин;
- воспитание важнейших качеств культурного потребителя: целеустремленности, настойчивости, выдержки, решительности, инициативности и самостоятельности, а также организованности и уверенности;
- воспитание гражданственности и формирование гуманистических и демократических ценностей и убеждений школьников
- подготовка учащихся к успешной самостоятельной деятельности
- воспитание уважения к труду и предпринимательской деятельности.

*Валеологические:*

- обеспечение комфорта учащихся;

- сохранение здоровья школьников.

### **Учет возрастных и психологических особенностей детей.**

Подростковый возраст - стадия онтогенетического развития между детством и взрослостью (от 11–12 до 16–17 лет), которая характеризуется качественными изменениями, связанными с вхождением во взрослую жизнь. Основным лейтмотивом психического развития в подростковом возрасте является становление нового, еще достаточно неустойчивого, самосознания, изменение Я–концепции, попытки понять самого себя и свои возможности. В этом возрасте происходит становление сложных форм аналитико–синтетической деятельности, формирование абстрактного, теоретического мышления. Очень важное значение имеет, возникающее у подростка, чувство принадлежности к особой „подростковой“ общности, ценности которой являются основой для собственных нравственных оценок.

Центральное новообразование подростничества - "чувство взрослости"- отношение подростка к себе как к взрослому. Это выражается в желании, чтобы все - и взрослые, и сверстники - относились к нему не как к маленькому, а как к взрослому. Он претендует на равноправие в отношениях со старшими и идет на конфликты, отстаивая свою "взрослую" позицию. Это удачно можно использовать на уроках экономики, так как для детей экономическая жизнь общества – это дело взрослых. Изучая экономические явления, как правильно распорядиться семейным бюджетом, подростки ощущают себя взрослыми, начинают понимать, какую ответственность они должны нести за принятые решения.

Ранняя юность - начало практической реализации жизненных планов, которые складываются в юношеском возрасте. Близость к завершению школьного образования требует профессионального и личностного самоопределения, и юношеский возраст испокон веков был связан с поисками ответов на два основных вопроса: «каким быть?» (нравственно-личностный), и «кем быть?» (профессиональный). В данном вопросе изучение экономики может помочь ответить на второй вопрос, так как в курс заложено ознакомление с профессиями.

Занимая переходную стадию от подростничества к юности, возраст 14-15 лет представляет исключительно сложный этап психического развития - становление человека как личности, когда на основе качественно нового характера структуры и состава деятельности ребенка закладываются основы сознательного поведения, вырисовывается общая направленность и формирование нравственных представлений и социальных установок.

#### *Интеллектуальные особенности:*

В подростковом возрасте происходят изменения в мышлении. Ребенок требует фактов и доказательств, он больше не принимает с готовностью все, что ему говорят, и подвергает все

критике, начинает мыслить абстрактно. Возрастает способность к логическому мышлению. Подросток способен к сложному восприятию времени и пространства.

Темы для изучения отобраны с учетом возрастных особенностей школьников. Они предусматривают ознакомление учеников с экономическими основами большинства потребительских проблем, с которыми они и их семьи встречаются в повседневной жизни.

Программа рассчитана на учащихся 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.

### **Организация образовательного процесса.**

Организация образовательного процесса базируется на сочетании различных методик и педагогических технологий: технология критического мышления; технология проектного обучения; технология интерактивного обучения; ИКТ – технологии.

#### Используемые педагогические технологии:

<i>Технология</i>	<i>Ожидаемый результат</i>	<i>Практическое применение</i>
Технология критического мышления	<p>Развитие навыков самостоятельной продуктивной деятельности по выработке собственного мнения решения проблемы.</p> <p>-Повышения интереса к процессу обучения и активного восприятия учебного материала;</p> <p>- культуры письма: формирования навыков написания текстов различных жанров;</p> <p>- информационной грамотности: развития способности к самостоятельной аналитической и оценочной работе с информацией любой сложности;</p> <p>- социальной компетентности: формирования коммуникативных навыков и ответственности за</p>	<p>- «Устный конспект»,</p> <p>- построение кластеров – схем,</p> <p>- составление планов ответа, изучение логики эссе: тема – контекст – проблема – аргументы – вывод.</p> <p>- инсерт;</p> <p>- мозговая атака;</p> <p>- чтение с вопросами;</p> <p>- синквейны,</p> <p>- «продвинутая лекция»,</p> <p>- эссе.</p> <p>- ключевые термины,</p> <p>- перепутанные логические цепочки,</p> <p>- взаимопрос.</p>

	знание.	
Технология проектного обучения	Умение взаимодействовать в команде, распределять роли. Умения конструировать собственные знания, ориентироваться в информационном пространстве. Презентация результатов собственной деятельности.	Через создание проектов разного вида: Учебные, информационные, исследовательские, творческие, ролевые, игровые.
ИКТ – технологии	Экономия времени, наглядность, своевременный индивидуальный и фронтальный контроль усвоения темы, раздела. Повышение познавательного интереса обучающихся, создание ситуации успешности на уроке.	Презентации MS PowerPoint как лекции, задания, наглядность. Работа в сети Интернет по поиску, классификации информации при создании проектов, изучения новой темы.
Технология интерактивного обучения	- Постоянное, активное взаимодействие всех учащихся.	Моделирование жизненных ситуаций, использование ролевых игр, совместное решение проблем через работу в парах, дискуссии, дебаты, «аквариум», «карусель».

Используемые формы и методы:

<i>Цель</i>	<i>Формы и методы</i>
Формирование понятийного аппарата учащихся	Изучение логики составления определения, тестовые и логические задания на систему запоминания, понимания и воспроизведения основных понятий и терминов; игровые моменты.
Восполнение пробелов в усвоении курса отдельных учащихся (отсутствие базовых знаний, пропуски уроков и т.п.)	Индивидуальные карточки - задания (работа с текстом учебника)
Развитие умений работать с печатной информацией.	Различные варианты работы с текстом: устный конспект, перевод текста в схему или таблицу, ответы на поставленные учителем вопросы; постановка вопросов по тексту; составление

**Характеристика предмета.**

Разработчики курса «Основы потребительских знаний» считают, что изучение его 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.

Для контроля знаний учащихся предлагается использовать мини-тесты (на знание основных понятий), устные опросы и, главное, задачи и игровые ситуации, предполагающие 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.

Система уроков в 9 классе призвана закрепить и расширить знания, приобретенные в 6, 7 и 8 классах об основах экономических знаний, об основах организации хозяйственной деятельности, и конкретно о поведении человека как потребителя.

**Сроки и этапы реализации программы.**

Программа реализуется в течение одного года и рассчитана на 34 часа в 9 классе (1 час в неделю). При этом каждой теме отводится соответствующее время.

В программе приводится примерное распределение учебного времени между наиболее крупными разделами, объединяющими логически связанные между собой вопросы.

**Связь со смежными дисциплинами.**

Освоение нового содержания осуществляется с опорой на межпредметные связи с другими разделами обществоведения, с курсами математики, истории, географии, литературы и др.

В рамках курса «Экономика» активизируются межпредметные связи с дисциплинами: «Обществознание», «Математика», «История», «География» и др. *Обществознание*: формирование первичных представлений о понятиях «общество», «государство», «культура» и др. *Математика*: умение решать задачи. *История*: умение определять место события в

прошлом, общий образ истории человечества как смены нескольких эпох, влияние исторических событий на развитие экономики. *География*: расположение государств, наличие и использование природных ресурсов, природоиспользование и др.

### **Формы текущего и итогового контроля.**

В рамках учебного процесса соединяется проверка усвоения теоретических основ науки с умением применять их на практике, используя для этого различные формы итогового контроля знаний учащихся: беседа между преподавателем и учащимся, письменные ответы на вопросы, тестирование (компьютерный или письменный вариант), творческие работы, использование игровых технологий и т.д..

В программу заложены различные формы контроля: кроссворды, тесты, экономические игры, задачи и т. п. Задачи и тесты берутся из специальных сборников, перечисленных в разделе «Условия реализации программы», также из интернет-ресурсов. Примеры тестов, уроков игр и другие формы контроля представлены в Приложении.

## **Учебно-тематический план**

### **9 класс**

<b>№ урока</b>	<b>Тема урока</b>	<b>Количество часов по авторской программе</b>	<b>Количество часов по рабочей программе</b>
<b>1-7</b>	<b>Раздел I. Кто такие потребители</b>	<b>5</b>	<b>7</b>
	Кто такие потребители	2	2
	Как мы выбираем	1	2
	Как продаются товары и услуги	2	3



	Контрольная работа по разделу 1	0	1
<b>8-13</b>	<b>Раздел II. Источники информации и потребитель</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
	Источники информации для потребителей	1	2
	Что читать на этикетке товара	1	1
	Потребительское тестирование	1	1
	Реклама и ее регулирование	2	1
	Контрольная работа по разделу 2	0	1
<b>14-19</b>	<b>Раздел III. Деньги и потребитель</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
	Наши расходы	1	1
	Валюта	1	1
	Жизнь в долг	1	1
	Как сберечь и приумножить свой доход	2	1
	Как покупать дешевле	1	1
	Пластиковые карты	1	1
<b>20-30</b>	<b>Раздел IV. Как себя вести</b>	<b>11</b>	<b>9</b>
	Наши права	3	2
	В магазине	1	1
	В службе быта	1	1
	На транспорте	1	1
	Отправляясь в путешествие	1	1
	Образование	1	1
	Этика потребительского поведения	2	1
	«Зелёное потребление»	1	1
	Контрольная работа	0	1
<b>31-34</b>	<b>Раздел V. Кто нас защищает</b>	<b>6</b>	<b>3</b>
	Самозащита потребителей	2	1
	Куда обратиться за помощью	1	1
	Адвокат и суд	1	1
	Контрольная работа по теме 7-12	2	1
		34	34

## Содержание программы

### 1. 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). Вводится понятие «альтернативной стоимости».

### **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.

## **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 или услуги.

### **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 практического 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, выработать у учащихся уважение к суду, а с другой - преодолеть страх перед этим органом.



## Календарно-тематическое планирование

### 9 КЛАСС

В 9 классе 34 часа из расчета 1 час в неделю.

Экономика. Основы потребительских знаний:

Учебник для 9 класса общеобразовательных учреждений/ П.Крючкова, Е Кузнецова, Т.Кузнецова и др.

№	Тема урока	Тип урока	Требования ЗУН	Формы контроля	ИКТ, НРК	Дата	
						План	Факт
<b>Раздел I. Кто такие потребители (6 часов)</b>							
1	Потребитель, интересы, потребитель.	КУ	Уметь проанализировать любую произвольно выбранную потребность; уметь определить, что дает такой анализ. Выбрать несколько потребностей и подобрать товары (услуги), удовлетворяющие данные потребности различными способами.	П.Р. Сочинения на тему "Как одна и та же нужда порождает разные потребности».		3-8.09	
2	Продавец, производитель, исполнитель. Товар, работа, услуга.	КУ	Понятие производителя и продавца. Нормативные документы по защите прав	Беседа, фронтальный опрос		10-15.09	

			потребителей.					
3	Торговля. Оптовая и розничная торговля. Формы торговли.		Иметь представление о видах торговли и немагазинных формах торговли: по каталогам, посылочная, телемагазины, интернет-магазины, прямые продажи	Фронтальный опрос	ПК проектор НРК	17-22.09		
4	Стимулирование сбыта. Распродажи, лотереи, розыгрыши призов. Торговые уловки.	КУ	Знать способы стимулирования сбыта. Уметь оценивать ситуацию на рынке. Взвешивать все «за» и «против» при покупке товаров.	Беседа		24-29.09		
5	Системы скидок (дисконт). Принципы работы. Дисконтные карточки.	КУ	Знать как пользоваться дисконтными картами.	П.Р. «Мой выбор», «Ярмарка»		1-6.10		
6	Анализ проблемных ситуаций	УЗЗ	Уметь решать творческие задачи.	П.Р. Тест по теме «Кто такие потребители»		8-13.10		
<b>Раздел II. Информация для потребителей (7 часов)</b>								
7	Потребительская информация. Источники информации.	УИНЗ	Знать виды источников информации для потребителей.	Беседа		15-20.10		
8	Договор. Стороны договора. Порядок изменения и расторжения договора.	УИНЗ	Знать основные документы, необходимые потребителю для отстаивания своих прав.	Фронтальный опрос		22-27.10		

9	Специальные издания для потребителя. Анализ информации. Маркировка товаров.	КУ	Знать группы знаков (маркировка) что такое штриховой код товара	П.Р. Игра «Что обозначают эти знаки?»	ПК проектор	29.10-10.11	
10	Сравнительные потребительские испытания. Правила, организация, проведение, представление результатов, выбор товаров.	КУ	Знать правила выбора товаров. УМЕТЬ ЧИТАТЬ ИНФОРМАЦИЮ НА ЭТИКЕТКЕ ТОВАРА	П.Р. «Информация о товаре»		12-17.11	
11	Реклама. Рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель. Рекламные приемы, преувеличения.	УИНЗ	Общие сведения о рекламе для потребителя. Знакомство с законом «О рекламе» . Недобросовестная реклама. Заведомо ложная реклама. Неэтичная реклама. Скрытая реклама. Социальная реклама.	Фронтальный опрос Подготовка и выполнение проекта «Рекламное представление моей школы».	ПК проектор	19-24.11	
12	«Мы и реклама»	КУ	Уметь представить свой товар на рынке; Уметь сделать грамотный выбор, для пользы собственного потребления	П.Р. Игра «Рекламодатели»		26.11-1.12	
13	Потребитель и закон	УКЗ	Применить все полученные знания в решении практических задач. Знать терминологию	К.работа		3.12-8.12	



Раздел III. Как себя вести (10 часов)						
14	Бюджет	КУ	Иметь представление о номинальном и реальном доходах. Знать о рациональном использовании бюджета семьи. Закон Энгеля. Зачем нужны сбережения. Знать систему страхования вкладов.	Беседа, фронтальный опрос П.Р. «Мои сбережения»		10-15.12
15	Страхование	КУ	Знать рынок российского страхования. Что такое страховой полис.			17-22.12
16	Жизнь в долг	УИНЗ	Что такое купить в долг. Виды кредитов.	Фронтальный опрос		24-29.12
17	Законодательство по защите прав потребителей: история принятия и совершенствования.	УИНЗ	Знать потребительское законодательство. Закон, права потребителя, их основные виды. История возникновения потребительского права.	Фронтальный опрос Подготовка и выполнение проекта «Магазин начинается с вывески».		14.01- 19.01
18	Права потребителей. Восемь прав потребителей, закрепленных Руководящими принципами ООН.	УИНЗ	Материальный ущерб, моральный вред. Срок годности, срок службы, гарантийный срок. Иметь	Фронтальный опрос		21-26.01

			представление о том, что должен знать потребитель о товаре.					
19	Поведение потребителя в магазине	КУ	Знать о том, что должен знать потребитель о товаре. Товар ненадлежащего качества.	П.Р. Ролевая игра “Как я покупаю товар?”.		28.01-1.02		
20	Потребитель в службе быта	КУ	Бытовые услуги и их виды. Служба быта. Договор на оказание бытовых услуг. Квитанция. Претензия.	П.Р. Ролевая игра “Потребитель в службе быта”.		4-9.02		
21	Права пассажиров на транспорте. Отправляясь в путешествие.	КУ	Пассажир. Билет, багаж, договор перевозки.	Ролевая игра “Мы едем, едем, ...”. П.Р. «Заключение и составление договора»		11-16.02		
22	Потребитель в системе образования	КУ	Диплом. Диплом государственного образца. Аттестат, сертификат, удостоверение. Лицензия.	Фронтальный опрос		18-23.02		
23	Наши права	УКЗ	Знать терминологию. Применить знания в практике.	К.работа		25.02-2.03		
<b>Раздел IV. Потребительская культура (4 часа)</b>								
24	Этико-экологические аспекты потребительской культуры.	УИНЗ	Знать КОДЕКС ЧЕСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ. Этику	Фронтальный опрос		4-9.03		

25	Этика потребительского поведения	КУ	покупателя и продавца. Межличностные отношения. Уважение. Эмпатия. Толерантность. Знать, как экономическая деятельность влияет на экологию человека.	Фронтальный опрос		11-16.03	
26	Окружающая среда. Экология. Потребление, не наносящее вреда окружающей среде.	КУ	Знать, что означают экологические маркировки. Для чего необходимо перерабатывать отходы и возможно ли это. Охрану природы.	Фронтальный опрос	ПК проектор	18-21.03	
27	Деловая игра “Оценка последствий решения”.	УКЗ	Уметь применить полученные знания в практике	П.Р.		1.04-6.04	
<b>Раздел V. Кто нас защищает (6 часов)</b>							
28	Нарушение прав потребителей. Претензия.	УИНЗ	Закон о защите прав потребителей. Как написать претензию.	Фронтальный опрос		8-13.04	
29	Система органов по защите прав потребителей. Органы общей компетенции.	УИНЗ	Знать систему органов по защите прав потребителей. Специфику работы местных органов.	Фронтальный опрос		15-20.04	
30	Суд. Судья. Функции суда. Иск. Исковое заявление. Судебное	КУ	Знать правила обращения в суд. Иск, исковое заявление,	Тест		22-27.04	

	заседание.						
31	Адвокат, функции и права. Доказательство. Экспертиза.	УИНЗ	Иметь понятие о профессии адвоката, его функциях и правах.	Фронтальный опрос		29.04-4.05	
32	Мировое соглашение. Судебное решение: обжалование, исполнение.	КУ	Знать, как обжаловать решение суда.	Фронтальный опрос		6-11.05	
33	Как общаться с юристом	УЗЗ	Уметь применить полученные знания на практике	П.Р.Ролевая игра “ На приеме у адвоката”		13-18.05	
34	Азбука потребителя	УКЗ	Знать терминологию. Применить знания в практических заданиях	К.работа		20-28.05	

**Примечание к календарно – тематическому планированию:**

**Сокращенные обозначения типов уроков:**

1. УИНЗ – урок изучения новых знаний;
2. УЗЗ – урок закрепления знаний;
3. КУ – комбинированный урок;
4. УКЗ – урок контроля знаний.

## **Требования к уровню подготовки учащихся, обучающихся по данной программе**

### **Ожидаемые результаты.**

#### Учащиеся должны знать:

- основные закономерности экономической жизни общества, категории экономической науки и изучаемого курса;
- место и роль потребителей в рыночной экономике, природу и сущность потребностей человека, пути их удовлетворения и формы разумного потребления;
- специфику взаимоотношений производителей и потребителей, продавцов и покупателей;
- основы теории потребительского поведения;
- свои права и обязанности как потребителей и куда следует обращаться в случае нарушения этих прав;
- иметь представление о способах воздействия бизнеса на потребителей (через рекламу, особые способы продажи и т. п.). Критически оценивать рекламную информацию.

#### Учащиеся должны уметь:

- 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;
- 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;
- уметь выбирать товар или услугу из ряда аналогичных, ориентируясь на собственные предпочтения, цену, неценовые факторы (качество, гарантии, послепродажное обслуживание и т. п.);
- различать символы на этикетках, упаковках, вкладышах, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию;
- уметь грамотно вести себя в типичных потребительских ситуациях: при покупке товара, пользовании услугами службы быта, на транспорте и т. д.;
- защищать свои права в случае их нарушения.

### Перечень учебно-методического обеспечения

1. Учебник по экономике: П.Крючкова, Е.Кузнецова, Т.Кузнецова и др. Под общей редакцией Е.Кузнецовой, Д.Сорк. «Экономика. Основы потребительских знаний» - М.: ИИФ «Спрос» КонфОП; ВИТА-ПРЕСС, 2011.
2. Элективный мультимедиа-курс «Экономика и право»
3. Интернет-ресурсы
4. Савицкая Е. В. Уроки экономики в школе: В 2 кн. Кн. 1. Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс, 2008
5. Савицкая Е. В. Уроки экономики в школе: В 2 кн. Кн. 2. Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс, 2008
6. Журнал «Экономика в школе»
7. А.А.Мицкевич. Сборник задач по экономике.- М.: Вита-Пресс, 2006
8. С.А.Равичев, С.Э.Григорьев, Т.А.Протасевич, А.С.Свахин. Сборник тестовых заданий по экономике. (8-11 классы).- М.: МЦЭБО- Вита-Пресс,2004.
9. Тесты для проведения контрольных работ и текущего контроля.
10. Кроссворды.
11. Возможность использования информационных технологий на уроках экономики.

## **Литература для учителя.**

### **Основная литература**

1. Антонов В.В., Антонова НА., Толпыгин Г. А. Потребительское право. Споры, иски, претензии: Учебное пособие. — М.: Книга-сервис, 2003.
2. Домашняя юридическая энциклопедия потребителям. — М.: Олимп; АСТ, 1999.
3. Основы потребительских знаний: Методические рекомендации // Коллектив авторов: В 2-х ч. — М., 1998
4. Основы потребительских знаний: Учебник для старших классов общеобразовательных учреждений / И. Виноградова, Р. Кокорев, М. Колосов и др. — М.: Вита-Пресс, 2001
5. Права потребителей/ Сост. В.В. Смирнова. — СПб.: Питер, 2004.
6. Симоненко В.Д. Основы потребительской культуры: Учебник для старших классов общеобразоват. учрежд. / В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко. — М.: Вита-Пресс, 2008
7. Симоненко В.Д. Основы потребительской культуры: Методическое пособие / В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко. — М.: Вита-Пресс, 2007
8. Симоненко В.Д. Основы потребительской культуры: Хрестоматия для учащихся старших классов / В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко. — М.: Вита-Пресс, 2004
9. Симоненко В.Д. Основы потребительской культуры: Практикум для учащихся старших классов / В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко. — М.: Вита-Пресс, 2004

### **Дополнительная литература**

1. Александрова А.Л. и др. Основы потребительской культуры: Пособие для учителя. - Екатеринбург: Сред.-Урал. кн. изд-во, 1995
2. Защита прав потребителей. 100 вопросов и ответов / Под ред. В. И. Та-ланцева. - М.: Кросна-Лекс, 1996
3. Защита прав потребителей. / Под ред. Т.А. Стяжкиной. — М., 2003
4. Зименкова О. Н., Лёвшина Т. Л., Тобис В. И., Шерстобитов А. Е. Закон о защите прав потребителей. Комментарий к закону и практике его применения. — М.: МЦФЭР, 2004.
5. Потребитель в законе: Самоучитель разумного потребительского поведения. — М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1995
6. Ростопин А.Н., Смолянинов В.П. Справочник потребителя. — М.: Маркетинг, 2000
7. Ростовцева Л.И. Поведение потребителей и потребительская культура. — М., 2002
8. Симоненко В.Д. Семейная экономика. - М.: Вита-Пресс, 2000

9. Симоненко В.Д., Степченко Т.А. Потребитель в экономике. — Брянск, 1996
10. Шахурина Ф. Р., Цыкоза Г. Н. Защита прав потребителей: Учебно-практическое пособие/Под общ. ред. д. э.н., проф. Л.П. Дашкова. — 6-е изд. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.

### **Литература для учащихся**

1. Учебник по экономике: П.Крючкова, Е.Кузнецова, Т.Кузнецова и др. Под общей редакцией Е.Кузнецовой, Д.Сорк. «Экономика. Основы потребительских знаний» -М.: ИИФ «Спрос» КонфОП; ВИТА-ПРЕСС, 2011.
2. Я познаю мир: Дет. энцикл.: Экономика / Авт.-сост. Р. С. Белоусов, Д. С. Докучаев; Под общ. Ред. О. Г. Хинн. – М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», Олимп, 1998
3. Савицкая Е. В. Уроки экономики в школе: В 2 кн. Кн. 1. Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс, 1999
4. Фирсов Е. Г. Экономика. Интеллектуальные игры для школьников / Художники М. В. Душин, В. Н. Куров. – Ярославль: «Академия развития», 1998
5. Мицкевич А. А. Экономика в задачах и тестах: Пособие для учителя / А. А. Мицкевич, - М.: Вита-Пресс, 1995
6. Автономов В.С. Введение в экономику. – М: Вита-Пресс, 2003

### **Список литературы, использованной при написании программы**

1. Закон «Об образовании»
2. Письмо Минобрнауки России от 07.07.2005 года «О примерных программах по учебным предметам федерального базисного учебного плана»
3. Приказ Минобрнауки России от 05.03.2004 года №1089 «Об утверждении федерального компонента государственных образовательных стандартов начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования»
4. Федеральный компонент государственного стандарта общего образования
5. Е В Савицкая, С Ф Серегина. «Уроки экономики в школе 1 и 2 части» - М.: «Вита - Пресс» 1999 г, М.: «Вита - Пресс» 1997 г.
6. Учебник по экономике: П.Крючкова, Е.Кузнецова, Т.Кузнецова и др. Под общей редакцией Е.Кузнецовой, Д.Сорк. «Экономика. Основы потребительских знаний» - М.: ИИФ «Спрос» КонфОП; ВИТА-ПРЕСС, 2011.
7. О Ю Макарова, В А Раев. Тесты по экономике. Методическое пособие – М. ; «Вита - Пресс», 1997 г – 80 стр.



8. В А Ситаров. Дидактика для учителя. Учебное пособие. М: Издательский центр Академия , 2004 – 368 стр.
9. О Ю Мамедов. Экономическая теория в школе: книга для учителя – Ростов на Дону: «Феникс»- 1996 – 544 стр.
10. Т Н Сенгеева. Особенности личности (познавательная сфера) составитель– Улан – Удэ 2004 –58 стр.
11. Г К. Селевко. Современные образовательные технологии: учебное пособие. – М; - 1998
12. Н.Б. Ошорова, Г.С. Ошорова. Образовательные технологии в развитии познавательной самостоятельности учащихся.
13. Б А Голуб. «Основы общей дидактики». Учебное пособие – М. Владос 1999
14. В А Ситаров. «Дидактика». Учебное пособие – М. Академия 2004 г.