

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Министерство образования и науки Самарской области

Центральное управление

ГБОУ СОШ №1

РАССМОТРЕНО  
МС ГБОУ СОШ №1

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Руководитель МС

\_\_\_\_\_ ( Л.П.Лукиянова )

Протокол № 1\_\_

от " 30 " \_августа 2022 г.

СОГЛАСОВАНО  
Заместитель директора по УВР

\_\_\_\_\_ ( Л.П.Лукиянова )

Протокол № 1\_\_

от " 30 " \_августа 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБОУ СОШ №1

\_\_\_\_\_ ( Н.Н.Федорова )

Приказ № 62 – од \_\_\_\_\_

от " 30 " \_августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

внеурочной деятельности

( предпрофильная подготовка )

**Азбука продаж**

для 9 класса основного общего  
образования на 2022/2023 учебный год

Составитель : учитель географии Лукьянова Л.П.

## Содержание

Планируемые результаты освоения учебного предмета .....	3
Содержание учебного предмета .....	4
Тематическое планирование предмета.....	6

## 1. Планируемые результаты освоения учебного предмета

Элективный курс «Азбука продаж» создан в рамках организации предпрофильной подготовки для учащихся 9-х классов общеобразовательной школы в соответствии с основными положениями концепции профильного обучения, а также с учётом требований к уровню подготовки выпускников основной школы.

Функциональное назначение данного курса может быть также выражено как в дополнении содержания последующего профильного курса, так и в удовлетворении разнообразных познавательных интересов школьников, выходящих за рамки выбранного ими профиля.

«Азбука продаж» является началом формирования потребительской культуры школьников, которое продолжается в старших классах, посредством работы с учебно-методическим комплексом «Основы потребительской культуры».

Содержание курса «Азбука продаж» призвано сформировать знания в области правового регулирования защиты прав потребителей, а также выработать умения в применении правовых норм по защите прав потребителей в процессе продажи товаров потребителям или оказании им услуг (выполнении работ). Курс разработан на основе УМК Симоненко В.Д., Степченко Т.А. «Основы потребительской культуры» (М.: Вита-Пресс, 2018) и адаптирован для учащихся 9-х классов.

Программа курса рассчитана на 35 часов. В основу программы положены следующие принципы: доступность, научность, связь с жизнью, преемственность.

**Цель курса:** формирование знаний об основах потребительской культуры, правил поведения и качеств культурного потребителя.

**Задачи курса:**

- Освоение учащимися знаний рационального потребления, защиты прав потребителя;
- Овладение умениями разумного выбора различных источников информации, товаров, услуг и навыками самозащиты на основе государственного законодательства;
- Развитие логического и критического мышления, творческих способностей, коммуникативных умений;
- Воспитание важнейших качеств культурного потребителя: целеустремлённости,

- Подготовка учащихся к успешной самостоятельной деятельности;
- Способствовать углублению знаний по обществознанию и повышению уровня подготовки учащихся к экзамену.

## **2. Содержание курса.**

Тема 1. Все мы — потребители

*Опорные понятия:* договор, кассовый чек, потребность, потребитель, рациональность потребителя, товарный чек.

Понятие «потребитель» в законе «О защите прав потребителей». Основные документы, необходимые потребителю для отстаивания своих прав: договор, кассовый и товарный чеки и др.

Понятие «рациональность потребителя» с экономической точки зрения.

Тема 1. Какие права имеют потребители

*Опорные понятия:* закон, изготовитель, исполнитель, продавец.

История становления институтов по защите прав потребителей в мире и в России. Основные права потребителей в соответствии с законом «О защите прав потребителей»: право на просвещение в области защиты своих прав; на надлежащее качество товаров; на безопасность товаров; право на информацию; на возмещение морального вреда; право на судебную защиту и право на государственную, общественную защиту.

Тема 3. Как не потеряться в мире информации

*Опорные понятия:* информация, маркировка, пищевые добавки, реклама, стандарт, сертификат соответствия, товарный знак, этикетка.

Виды источников информации для потребителей. Достоверная, недостоверная информация.

Информация о производителе, о продавце. Информация о товаре на этикетке.

Маркировка товаров: основные группы знаков.

Применение и назначение пищевых добавок (индекс Е).

Товарный знак и штриховой код товара. Подделка товаров и обман покупателей.

Знакомство с законом «О рекламе».

Тема 4. Такие разные магазины

*Опорные понятия:* дисконтная карта, купон, лотерея, магазин, скидка, распродажа, флаер.

Виды магазинов: традиционные, самообслуживания (супер- и гипер-маркеты); бутики, салоны.

Пользование дисконтной картой. Игра в лотерею. Особенности покупки товаров через интернет-магазины.

Продажа товаров на дому у покупателей. Торговля по схеме «Пирамида». Психология поведения потребителя при покупке товаров.

*Практикум:* «Мой выбор», «Ярмарка».

Тема 5. Наш постоянный спутник — деньги

*Опорные понятия:* валюта, деньги, доходы, потребительский бюджет, расходы.

Деньги настоящие и фальшивые. Способы защиты денежных знаков. Пластиковые карты. Способы защиты. Правила пользования банкоматом.

Рациональное распределение бюджета. *Практикум:* «Мои сбережения».

Тема 6. Если товар оказался некачественным...

*Опорные понятия:* гарантийный срок, договор купли-продажи, качество товара, недостаток товара, срок годности, срок службы.

Признаки качественных товаров, фальсифицированный товар.

Недостаток товара. Виды недостатков: явные, скрытые, существенные.

Специальные сроки, устанавливаемые на товары: гарантийный срок, срок годности, срок службы.

Обмен качественных товаров: условия и сроки обмена.

Знакомство с Правилами торговли.

Тема 7. Услуги, которые мы получаем

*Опорные понятия:* договор, неустойка, полис, страхование.

Что такое договор. Виды договоров: купли-продажи, перевозки, договор-заказ и др. Условия заключения письменного договора.

Сроки выполнения и окончания работ. Неустойка. Расчет и выплаты неустойки.

Оказание услуг. Услуги сотовой связи. Заключение договора с оператором. Видеопрокат.

Услуги туристических агентств. Существенные условия заключения договора.

Потребитель в роли пассажира. Права пассажиров.

Образовательные услуги. Источники информации и условия заключения договора.

Тема 8. Защита прав потребителя

*Опорные понятия:* адвокат, исковое заявление, моральный вред, рекламация, суд.

Развитие потребительского движения в мире и в России.

Государственные органы по защите прав потребителей: Федеральная антимонопольная служба, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Общественные организации защиты прав потребителей: их особенности и права.

Международная конфедерация обществ потребителей. «Спрос» журнал без рекламы. Правила обращения в суд.

### 3. Тематическое планирование.

№ п/п	Тема занятия	Кол-во часов	Дата	Элементы содержания	Корректировка
1	2	3	4	5	6
<b>Тема 1. Все мы – потребители (1час)</b>					
1(1)	Понятие «потребитель» в законе «О защите прав потребителей».	1		Основные документы, необходимые потребителю для отстаивания своих прав: договор, кассовый и товарный чеки и др.	
<b>Тема 2. Какие права имеют потребители (4часа)</b>					

2(1)	История становления институтов по защите прав потребителей в мире и в России.	1		История становления институтов по защите прав потребителей в мире и в России.	
3(2)	Потребность в защите: Закон «О защите прав потребителя».	1		Основные права потребителей в соответствии с законом «О защите прав потребителей»: право на просвещение в области защиты своих прав; на надлежащее качество товаров; на безопасность товаров; право на информацию; на возмещение морального вреда; право на судебную защиту и право на государственную, общественную защиту.	
4(3)	Анализ проблемных ситуаций.	1		Практикум: решение тестов, проблемных ситуаций.	
5(4)	Решение творческих задач.	1		Практикум: решение творческих задач.	
<b>Тема 3. Как не потеряться в мире информации (6часов)</b>					
6(1)	Виды источников информации для потребителей.	1		Виды источников информации для потребителей. Достоверная, недостоверная информация.	
7(2)	Маркировка товаров: основные группы знаков.	1		Маркировка товаров: основные группы знаков.	
8(3)	Применение и назначение пищевых добавок.	1		Применение и назначение пищевых добавок (индекс Е).	
9(4)	Товарный знак и штриховой код товара.	1		Товарный знак и штриховой код товара. Подделка товаров и обман покупателей.	
10(5)	Реклама. Виды рекламы.	1		Реклама. Закон о рекламе. Виды рекламы: публичная оферта, скрытая реклама, недобросовестная реклама.	
11(6)	Информация о товаре.	1		Информация о производителе, о продавце. Информация о товаре на этикетке.	
<b>Тема 4. Такие разные магазины (4часа)</b>					

12(1)	Виды магазинов.	1		Виды магазинов: традиционные, самообслуживания (супер- и гипермаркеты); бутики, салоны.	
13(2)	Пользование дисконтной картой.	1		Пользование дисконтной картой. Игра в лотерею. Особенности покупки товаров через интернет-магазины.	
14(3)	Продажа товаров на дому покупателей.	1		Продажа товаров на дому покупателей. Торговля по схеме «Пирамида».	
15(4)	Психология поведения потребителя при покупке товаров.	1		Психология поведения потребителя при покупке товаров. Этика потребительского поведения.	
<b>Тема 5. Наш постоянный спутник – деньги (4 часа)</b>					
16(1)	Деньги настоящие и фальшивые.	1		Деньги настоящие и фальшивые. Способы защиты денежных знаков.	
17(2)	Пластиковые карты.	1		Пластиковые карты. Способы защиты. Правила пользования банкоматом.	
18(3)	Рациональное распределение бюджета.	1		Рациональное распределение бюджета. Семейный бюджет.	
19(4)	Сбережения.	1		Сбережения. Проблема сбережения. Страхование.	
<b>Тема 6. Если товар оказался некачественным (4 часа)</b>					
20(1)	Признаки качественных товаров, фальсифицированный товар.	1		Признаки качественных товаров, фальсифицированный товар.	
21(2)	Недостаток товара.	1		Недостаток товара. Виды недостатков: явные, скрытые, существенные.	
22(3)	Обмен качественных товаров.	1		Обмен качественных товаров: условия и сроки обмена. Специальные сроки, устанавливаемые на товары: гарантийный срок, срок годности, срок службы.	
23(4)	Правила торговли.	1		Правила торговли. Анализ конкретных ситуаций.	

<b>Тема 7. Услуги, которые мы получаем (4 часа)</b>				
24(1)	Договор.	1		Что такое договор. Виды договоров: купли-продажи, перевозки, договор-заказ и др. Условия письменного договора.
25(2)	Сроки выполнения и окончания работ.	1		Сроки выполнения и окончания работ. Неустойка. Расчет и выплата неустойки.
26(3)	Оказание услуг.	1		Оказание услуг. Услуги сотовой связи. Заключение договора с оператором. Видеопрокат.
27(4)	Услуги туристических агентств.	1		Услуги туристических агентств. Существенные условия заключения договора. Потребитель в роли пассажира. Права пассажиров.
<b>Тема 8. Защита прав потребителя (5 часов)</b>				
28(1)	Развитие потребительского движения в мире и в России.	1		Развитие потребительского движения в мире и в России.
29(2)	Государственные органы по защите прав потребителей.	1		Государственные органы по защите прав потребителей: Федеральная антимонопольная служба, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.
30(3)	Общественные организации защиты прав потребителей.	1		Общественные организации защиты прав потребителей: их особенности и права.
31(4)	Правила обращения в суд.	1		Правила обращения в суд. Составление искового заявления.
32(5)	Анализ проблемных ситуаций.	1		Практикум: решение тестов, проблемных ситуаций, творческих задач.
33	Итоговое повторение «Защити свои права».	1		Деловая игра.
34	Профессиональная проба. Составление буклета «Правовое поле потребителя»	1		Составление буклета.

35	Защита буклетов	1	Ученическая конференция.
<b>Итого: 35часов</b>			