

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Департамент образования и науки Брянской области

Дятьковский муниципальный район Брянской области

МАОУ Любохонская СОШ

РАССМОТРЕНО

Методическим
объединением учителей
общественных
дисциплин

Руководитель ШМО

 Жуковская Е.В.

Протокол №1 от «29»
августа 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора
по УВР

 Простякова И.В.

УТВЕРЖДЕНО

Директор

 Кононов К.В.

Приказ № 3-119

от «31» августа 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Элективному курсу «Практикум по обществознанию»

(Основы потребительских знаний)

для обучающихся 8 классов

П. Любохна 2023 год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая рабочая программа по элективному курсу «Основы потребительских знаний» разработана на основе:

- Федерального компонента Государственного стандарта основного общего образования по обществознанию (ФКГОС 2004 г.);
- В соответствии с программой элективного курса «Основы потребительских знаний» /авторы: Мишин Б.И., Симоненко В.Д., Степченко Т.А., 2006.
- Статьи 16 «Реализация образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционно-обучающих технологий» ФЗ «Об образовании в РФ». 29.12.2012 г. № 273-ФЗ.
- Приказа Мин.обр.науки России от 09.01.2014г. «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронное обучение, дистанционно-образовательные технологии при реализации образовательных программ».

Цели курса:

Основной целью элективного курса является формирование у учащихся чувства свободы и умения достойно держать себя в некоторых обстоятельствах повседневной жизни, умения грамотного поведения в рыночной и правовой среде.

Задачи курса:

- Сформировать у учащихся знания и умения грамотного поведения потребителей в различных ситуациях.
- Развить экономическое и логическое мышление, творческие способности.
- Воспитать организованность, деловитость, самостоятельность и смелость в защите своих прав.
- Подвести учащихся к осознанию необходимости овладения экономическими знаниями в области прав потребителя.
- Показать, что потребитель является главным действующим лицом в рыночной экономике.

Рассмотреть природу, виды потребностей человека и общества и пути их удовлетворения.

В игровой форме выработать умения и навыки разумного поведения при покупке товара. Регулярно знакомить учащихся с основными законодательными актами.

- Знание закона РФ "О защите прав потребителя";
- Знание прав и обязанностей потребителя;
- Формирования умения отличать поддельные товары от фирменных;
- Умение грамотно пользоваться источниками информации для потребителей;
- Умение ориентироваться в способах сбережения денег;
- Знание основ этики потребительского поведения;
- Понимание отрицательного воздействия потребления на окружающую среду;
- Знание органов правозащиты и уровень их компетенции;
- Умение составлять иски при наличии рекламы.

Экономика и право должны стать уделом каждого члена общества, так как каждый участвует в экономическом обороте, совершая разного рода покупки, заключая те или иные договоры -

письменные или устные. Лавина рекламной информации, зачастую не всегда достоверной, появление на рынке поддельных товаров, товаров с истекшим сроком реализации - все это нарушает права потребителей на качественный товар или услугу, на достоверную информацию и пр. В связи с этим изучение предлагаемого элективного курса, направленного на защиту прав потребителя, актуально и перспективно. Предлагаемый элективный курс рассчитан на учащихся 8 классов.

Рабочая программа полностью соответствует программе по элективному курсу «Основы потребительских знаний» /авторы: Мишин Б.И., Симоненко В.Д., Степченко Т.А.2006.

Согласно федеральному базисному учебному плану для образовательных учреждений Российской Федерации, в рабочей программе на элективный курс «Основы потребительских знаний» отводится 34 учебных часов из расчёта 1 учебный час в неделю.

Формы организации учебного процесса:

Планирование предполагает изучение содержания крупными логическими блоками и предусматривает проведение разных типов уроков: вводных, комбинированных, проблемных, уроков-конференций. Особое внимание уделено формированию аналитических навыков и умений, умений проводить поиск информации и синтезировать ее. Разнообразны формы уроков: информативно-диалогическая лекция, проблемно-диалогическая лекция, практикум, урок-игра, урок-презентация, урок-экскурсия, и др.

Предусмотрены уроки-экскурсии(2), практические занятия (9), урок-игра (3) , а также час для итогового повторения и обобщения (1).

Преподавание предмета осуществляется с использованием порталов ФЦИОР и Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.

Преобладающие формы текущего контроля: контроль уровня обученности осуществляется через следующие формы: тестирование; выстраивание логического ряда; составление логической цепочки; решение познавательных заданий; решение проблемных вопросов; устные выступления; презентация; работа в группе; работа в паре; составление схемы; составление тезисного плана.

Проверка знаний обучающихся через опросы, самопроверка, взаимопроверка, подготовку проектов и презентаций.

Контроль осуществляется с помощью эссе (1), самостоятельных работ(2), зачёта(1), тестирования(2).

Требования к уровню подготовки обучающихся

Знать:

- Основные закономерности экономической жизни общества.
- Место и роль потребителей в рыночной экономике.
- Природу и сущность потребностей человека.
- Специфику взаимоотношений производителей и потребителей.
- Основные теории потребительского поведения.
- Свои права и обязанности, как потребителя.

Уметь:

- Разумно обосновывать свои потребности и возможности их удовлетворения.
- Анализировать текущую информацию об изменениях в жизни общества, статистические данные.
- Различать символы на этикетках, упаковках, извлекать из этого нужную информацию. Защищать свои права, в случае их нарушения.
- Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для приобщения учащихся к основам потребительского поведения, потребительской культуры.

Календарно-тематическое планирование (8 «а», 8 «б» классы)

№ п/п	Наименование раздела и тем	Вид контроля, самостоятельной работы	Часы учебного времени	Дата урока	ЦОР
Потребитель и его потребности			6		
1.	Кто такие потребители		1	01.09.23	
2.	Классификация человеческих потребностей.	Входной контроль. (тестирование) Практикум: анализ человеческих потребностей	1	08.09.23	
3.	Права и обязанности потребителей	Текущий контроль (устный опрос)	1	15.09.23	http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/d6d7f2de-4d8e-45c4-892d-99be813f2045/%5BEC911_09%5D_%5BPS_01%5D.swf
4.	Психология потребителя		1	22.09.23	http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/fd0c4b24-07b8-4342-86ba-0f715d545b50/%5BEC911_08%5D_%5BPK_03%5D.swf
5.	Рациональное потребление и норма потребления.	Текущий контроль Практикум: рациональный бюджет	1	29.09.23	http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/014cccc7-3b53-4365-8d78-15b86dfdfd0e/index_listing.html http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/281b3255-11b4-4371-b6a5-712bfe15e856/%5BEC911_09%5D_%5BPK_03%5D.swf

6.	Поговорим о культуре питания.	Текущий контроль. Практикум: составление меню	1	06.10.23	
Источники информации для потребителя			8		
7.	Источники информации для потребителя		1	13.10.23	
8.	Реклама - доверяй, но проверяй	Текущий контроль (работа в группах)	1	20.10.23	
9.	Виды рекламы..	Текущий контроль. Игра «Рекламный агент»	1	27.10.23	
10.	Предъявите сертификат	Текущий контроль. Самостоятельная работа	1	10.11.23	
11.	Символы на этикетках, упаковках, вкладышах		1	17.11.23	
12.	Назначение товарных знаков	Текущий контроль(устный опрос)	1	24.11.23	
13.	Загадочная зебра, или о чем расскажет штрих код.	Текущий контроль. Практикум: что стоит за цифрами	1	01.12.23	
14.	Индекс Е, что он означает.	Текущий контроль. Практикум: определение пищевых добавок в продуктах.	1	08.12.23	
Поведение потребителей при покупке товара			8		
15.	На что следует обращать внимание при покупке товара. Экскурсия в супермаркет.	Промежуточный контроль (тестирование)	1	15.12.23	
16.	Будьте внимательны при покупке продуктов питания		1	22.12.23	
17.	Вы выбираете одежду и обувь.	Практикум: международные стандарты размеров одежды	1	29.12.23	
18.	Бытовая техника	Эссе: «Потребитель и его потребности. Поведение потребителей».	1	12.01.24	
19.	О продаже товаров в кредит и по образцам.	Текущий контроль. Игра: как я покупаю товар	1	19.01.24	http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/29e1e72d-1ae6-4f44-aec2-

					89fd91e8bd95/%5BEC911_12%5D_%5BPS_01%5D.swf
20.	Отдельные виды продажи товаров: по заказам, на дому, по почте, в комиссионном магазине		1	26.01.24	http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/cf32574d-8dcb-4486-b1f7-dd3ea72ff76c/%5BEC911_12%5D_%5BPS_03%5D.swf
21.	Если вы приобрели недоброкачественный товар.	Текущий контроль. Практикум: как оформить рекламацию	1	02.02.24	
22.	Можно ли обменять некачественный товар.	Текущий контроль. Игра: потребитель и маркетинг	1	09.02.24	
Поведение потребителей при выполнении работ и оказании услуг			7		
23.	Что должен знать потребитель о службе быта. Экскурсия в дом быта		1	16.02.24	
24.	Оформление заказов на услуги, договор	Текущий контроль. Самостоятельная работа	1	01.03.24	
25.	О чем следует помнить, передавая материал в работу		1	15.03.24	
26.	Финансовые услуги	Текущий контроль (опрос)	1	22.03.24	
27.	Правила пользования коммуникационным и услугами.	Текущий контроль. Практикум: оплата коммунальных услуг	1	05.04.24	
28.	Услуги лечебных учреждений		1	12.04.24	
29.	Это должен знать каждый, прежде чем отправиться в дорогу: потребитель в роли пассажира, туриста	Текущий контроль (работа с памяткой)	1	19.04.24	
Защита прав потребителей			4		
30.	Система государственных органов по защите прав потребителей	Текущий контроль (работа со схемой)	1	26.04.24	http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/6c10eb7f-a909-4795-a055-386233c54be3/%5BEC911_08%5D_%5BPS_04%5D.swf
31.	Общественные организации по защите прав потребителей	Текущий контроль. Работа с документом	1	03.05.24	

32.	В каких случаях потребитель имеет право на судебную защиту.		1	10.05.24	
33.	Что такое моральный вред и как он возмещается		1	17.05.24	
34.	Итоговое повторение и обобщение.	Итоговый контроль. зачёт	1	24.05.24	

Содержание программы учебного предмета

I. Потребитель и его потребности. - 6 ч.

Кто такие потребители. Суверенитет потребителя. Права и обязанности потребителя. Общие представления о видах потребителей.

Классификация человеческих потребностей. Индивидуальные, групповые потребности. Пирамида человеческих потребностей по Маслоу. Переход потребителей с одного уровня на другой. Анализ человеческих потребностей.

Права и обязанности потребителя.

Психология потребителя. Сомоменеджмент в деятельности потребителя.

Рациональное потребление и норма потребления. Потребление и сбережения. Можно ли потратить больше, чем произведено. Рациональный бюджет

Поговорим о культуре питания. Что значит правильно питаться... Составление меню.

II. Источники информации для потребителя.- 8 ч.

Источники информации для потребителя.

Реклама.

Виды рекламы. Приемы, используемые в рекламе. Достоинства и недостатки рекламы. Рекламный агент.

Предъявите сертификат. 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.

Назначение товарных знаков.

Загадочная зебра, или о чем расскажет штрих код. Разновидности систем кодирования. Что стоит за цифрами. Кто имеет право ставить штрих код на товаре.

Индекс Е, что он означает. Для чего нужны пищевые добавки. Классификация пищевых добавок. Что стоит за цифрами. Определение пищевых добавок в продуктах.

III. Поведение потребителей при покупке товара.- 8 ч.

На что нужно обращать внимание при покупке товара. Что должен знать потребитель о товаре. Требования к товару. Экскурсия в супермаркет.

Будьте внимательны при покупке продуктов питания. О чем следует помнить потребителю при входе в булочную. Сроки хранения и условия продажи изделий. О продаже мясо – молочных продуктов.

Вы выбираете одежду и обувь. Как не ошибиться в выборе товара. Международные стандарты размеров одежды. Качество товара. Недостатки. Бытовая техника. Специальные сроки: гарантийный срок, срок годности.

О продаже товаров: в кредит, по образцам.

Отдельные виды продажи товаров по заказу, на дому, по почте, в комиссионном магазине. Преимущества и недостатки указанных видов продажи.

Если вы приобрели некачественный товар. Как оформить рекламацию.

Можно ли обменять некачественный товар. Замена недоброкачественного товара. Обмен товара плохого качества.

IV. Поведение потребителей при выполнении работ, оказании услуг.-7 ч.

Что должен знать потребитель о службе быта. Предприятие службы быта. О правилах бытового обслуживания населения. Поведение потребителей в мастерской, ателье. Экскурсия в дом быта. Встреча с руководителями предприятий, оказание услуг.

Оформление заказов на услуги. Договор. Что должно быть указано в договоре.

О чём следует помнить передавая материал в работу. Сроки выполнения работ и какова ответственность за их несоблюдение. Устранение недостатков в выполнении работ. Условия выполнения работ из материалов.

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 потребителя при оказании финансовых услуг.

Правила пользования коммуникационными услугами. Порядок пользования коммунальными услугами. Права и обязанности потребителя и исполнителя услуг. Что должен знать потребитель о пользовании радио, телефоном. Оплата коммунальных услуг. Решение практических ситуаций.

Услуги лечебных учреждений. Медицинское страхование.

Это должен знать каждый, прежде чем отправиться в дорогу: потребитель в роли пассажира, туриста. Защищены ли законом права пассажиров, туристов. О правилах гостиничных услуг.

V. Защита прав потребителей.- 4 ч

Система государственных органов по защите прав потребителей. Государственный антимонопольный комитет России. Территориальные управления комитета. Госстандарт России, государственный комитет по стандартизации, метрологии и сертификации. Органы по защите прав потребителей при органах местного самоуправления.

Общественные организации по защите прав потребителей. Их функции и полномочия.

В каких случаях потребитель имеет право на судебную защиту. Правила обращения в суд. Как обжаловать решение суда. Кассационная жалоба. Кто может определить размер морального вреда. Как возмещается моральный вред.

Как правильно составить исковое заявление. Что должно быть указано в исковом заявлении. Составление искового заявления. Анализ конкретных практических ситуаций.

Что такое моральный вред и как он возмещается. Возмещение морального вреда.

Итоговое повторение и обобщение.-1 ч.

Формы и средства контроля

Рабочая программа предусматривает следующие формы контроля: входной, промежуточный в форме тестирования в течение 20 минут урока, текущий (самостоятельные работы (2), эссе (1), различного вида опросы, практикумы (9), обучающие деловые игры (3)), и итоговый в форме зачёта.

Входной контроль позволяет проверить наличие базовых знаний, необходимых для изучения нового предмета (знание опорных понятий, терминов обществоведческого и правового характера). Это позволяет определить степень готовности учащихся к изучению нового материала.

Текущий контроль позволяет видеть процесс формирования знаний, становления умений и навыков. Основным объектом текущего контроля будет знание отдельных понятий, процессов, относящихся к той или иной теме. В процессе текущего контроля используются практикумы, эссе, самостоятельные работы, различного вида опросы, обучающие деловые игры, а также работа со схемой, памяткой, документами.

Промежуточный контроль проводится после цепочки занятий, посвященных какой-либо теме или блоку. Объектом контроля в этом случае будет знание основных закономерностей экономической жизни общества, места и роли потребителей в рыночной экономике, специфики взаимоотношений производителей и потребителей, прав и обязанностей как потребителя; умения получать социальную информацию из разнообразных источников, анализировать статистические данные, применять полученные знания для решения задач познавательного и практического характера.

Однако проверке подвергается частично изученный материал. Формами промежуточного контроля являются тесты, соответствующие этапу обучения.

Итоговый контроль призван выявить конечный уровень обученности за весь курс, и выполняет оценочную функцию. Цель итогового контроля - определение способности обучаемых к использованию экономико-правовых знаний и умений в практической деятельности. В ходе проверки используется преимущественно зачёт, так как он позволяет проверить наличие уже сформировавшихся знаний у учащихся.

Перечень учебно-методических средств обучения

Литература:

Основная:

1. Александрова А.Л. Основы потребительской культуры: Пособие для учителя. - Екатеринбург, 1995.-112с.
2. Закон РФ" О защите прав потребителей".
3. Основы потребительских знаний. Учебник для старших классов общеобразовательных учреждений. Виноградова И., Кокорев Р., Колосова М. 4-е издание. М.: Вита-Пресс, ИИФ «СПРОС» КонфОП, 2003.

Дополнительная:

1. В.Д.Симоненко, Т.А. Степченко. Основы потребительской культуры. Хрестоматия Вита-Пресс, 2004.
2. Государственный доклад. Защита прав потребителей в России. - М., 1995.
3. Дж. Фоли. Энциклопедия знаков и символов. "Вече", АСТ, 1997.
4. Домашняя юридическая энциклопедия потребителя. "Олимп", 1997Д. Статт.
5. Е.В.Савицкая, С.Ф.Серегина. Уроки экономики в школе. М. Вита-Пресс, 1999.
6. Е.В.Савицкая. Уроки экономики в школе. М, Вита-Пресс, 1997.
7. И. Липсиц. Экономика, Кн. 1,2 Вита-Пресс, 1998.
8. Психология потребителя. ПИТЕР, 2003.

Наглядный материал

I. Электронные образовательные ресурсы:

1 .Электронные схемы и таблицы:

1. Классификация человеческих потребностей-1 шт. – 100%
- 2 Права потребителя-1 шт. – 100%
3. Обязанности потребителя-1 шт. – 100%
4. Информация о товаре-1 шт. – 100%
5. Штрих-код-1 шт. – 100%
6. Товарный знак-1 шт. – 100%
7. Индекс Е-1 шт. – 100%
8. Ароматизаторы-1 шт. – 100%

9. Пищевые добавки, запрещённые к применению в России-1 шт. – 100%
10. Международные стандарты размеров одежды-1 шт. – 100%
11. Виды продажи товаров-1 шт. – 100%
12. Финансовые услуги-1 шт. – 100%
13. Система государственных органов по защите прав потребителей-1 шт. – 100%
14. Общественные организации по защите прав потребителей-1 шт. – 100%
15. Роль государства в экономике-1 шт. – 100%
16. Виды коммерческих организаций-1 шт. – 100%
17. Конституция РФ-1 шт. – 100%
18. Права человека-1 шт. – 100%
19. Элементы гражданских правоотношений-1 шт. – 100%
20. Правовая культура -1 шт. – 100%

2. Образовательные модульные системы (ОМС)

1. Участие России в формировании современной международно-правовой системы-1 шт. – 100%
3. Демоверсии ЕГЭ 2005-2014 гг. -10 шт. – 100%

Оборудование и приборы:

1. Портативный компьютер-1 шт. – 100%
2. Цифровой проектор-1 шт. – 100%
3. Экран на штативе -1 шт. – 100%

Приложение

Входной контроль (тестирование)

- A1. Экономика – это наука, изучающая
1. мотивы поведения человека
 2. методы рационального хозяйствования

3.способы внедрения достижений науки и техники

4.формы повышения квалификации работников

A2. К потребностям человека, обусловленным его биологической природой, относятся потребности в

1.самосохранении

2.самореализации

3.самопознании

4.самообразовании

A3. Что отличает товарное хозяйство от натурального?

1.используются орудия труда

2.увеличиваются расходы материалов на единицу продукции

3.продукция производится для продажи

4.существует разделение труда

A4. Действие рыночного механизма проявляется в том, что

1.рекламируются товары и услуги

2.доходы производителей постоянно растут

3.государство поддерживает убыточные предприятия

4.цены зависят от спроса и предложения

A5. К причинам неравенства доходов потребителей в рыночной экономике относится

1.тип избирательной системы

2.уровень образования и квалификации

3.установление минимального размера оплаты труда

4.ограниченность ресурсов в экономике

A6. К социальным относятся потребности человека в

1.отдыхе

2.пище

3.воде

4.общении

А7.Человек в роли потребителя проявляет себя в процессе

- 1.покупки товара
- 2.участия в выборах
- 3.создания произведения искусства
- 4.материального производства

А8. Основой экономической жизни общества является

- 1.регулирование социальных отношений
- 2.производство материальных благ
- 3.разработка ресурсосберегающих технологий
- 4.взаимодействие государства и политических партий

В1.Ниже приведены названия потребностей. Все из них, за исключением одной, являются названиями, под которыми в различных классификациях представлены естественные потребности человека.

Первичные, биологические, социальные, органические, природные.

Найдите и укажите название потребностей другого вида, «выпадающее» из их ряда.

Ответ: _____ .

В2. Какое слово пропущено в схеме?



Ответ: _____ .

Промежуточный контроль.

1 блок.

1. Объясни понятия: потребитель, продавец, полезность, альтернативная стоимость, торговля, импульсные покупки.

2 блок.

1. Укажите основные причины расточительства.
2. Перечислите общие правила потребительского выбора.

3 блок.

Выберите правильный ответ:

1. Андрей учится в школе и подрабатывает, протирая стёкла автомашин. Часть заработанных денег он отдаёт родителям, а часть тратит на лакомства и игрушки. По воскресеньям он посещает платную секцию по теннису.

- А. Мальчик является потребителем.
- Б. Андрей является и продавцом и потребителем.
- В. Андрей является только продавцом.

2) Кто из перечисленных героев сказок выступал в качестве потребителя?

- А. Муха-Цокотуха, когда «пошла муха на базар и купила самовар» (К.И.Чуковский «Муха-Цокотуха»).
- Б. Старик по отношению к золотой рыбке (А.С.Пушкин «Сказка о рыбаке и рыбке»).
- В. Король по отношению к портным (Г.Х.Андерсен «Новое платье короля»).
- Г. Кот в сапогах, когда просил хозяина купить ему сапоги (Ш.Перро «Кот в сапогах»).
- Д. Робинзон Крузо на необитаемом острове (Д.Дефо «Робинзон Крузо»).

3) В каких случаях велосипед является товаром?

- А. если вы дарите велосипед младшему брату.
- Б. если вы дали велосипед приятелю покататься.
- В. если вы покупаете велосипед в магазине.
- Г. если вы сдали велосипед в ремонтную мастерскую.

4) На рынке имеются: люстра по цене 50 тугриков, пылесос по цене 100 тугриков, стиральная машина по цене 200 тугриков, холодильник по цене 300 тугриков, велосипед по цене 150 тугриков. Семья купила велосипед и стиральную машину. Определите, что из списка является альтернативной стоимостью покупки:

- А. Велосипед и стиральная машина.
- Б. велосипед и два пылесоса.
- В. велосипед и четыре люстры.
- Г. люстра и холодильник.
- Д. люстра и два пылесоса.
- Е. стиральная машина и пылесос.
- Ж. три люстры, велосипед и пылесос.
- З. два пылесоса и три люстры.
- И. две люстры, велосипед и пылесос.

5) Какие утверждения являются публичной офертой?

А. «Коня! Полцарства за коня!» (В.Шекспир «Ричард 3»).

Б. «Всякий, кто принесёт корзину подснежников, получит корзину золота» (С.Маршак «Двенадцать месяцев»).

6) В каких из приведённых ситуаций рекламные утверждения являются недобросовестными?

А. Реклама краски для волос «Перманент» утверждает, что краска придаёт волосам постоянный цвет и не смывается со временем (понятно, что вновь вырастающие волосы краской не окрашиваются и покрасить волосы один раз и на всю жизнь явно не получится).

Б. Реклама гласит: «Мы предлагаем великолепное «Датское печенье» (при этом известно, что печенье изготавливается не в Дании).

Итоговый контроль. Зачёт.

Вопросы и задания для проведения зачёта
по предмету «Основы потребительских знаний»

1 блок.

1. Объясни понятия: стимулирование сбыта, гарантии, информация, реклама, договор, потребительское тестирование, сертификация.
2. Укажите этапы развития торговли.
3. Перечислите способы стимулирования сбыта.
4. Почему закон требует сообщать потребителю информацию о составе продуктов питания? Для каких категорий людей такая информация особенно важна?
5. Приведите несколько примеров различных способов организации торговли, укажите их достоинства и недостатки.

Заполните таблицу.

Источник информации для потребителя Плюсы Минусы

Сведения от друзей и знакомых

Упаковка и этикетки товаров

Реклама

Телевидение и радио

Специальные издания для потребителей

2 блок.

1. Представьте, что все магазины отказались от красивых названий и стали называться просто «Хлеб», «Мясо», «Хозяйственные товары», «Мебель». Плохо или хорошо это для потребителя?

Ответ поясните.

2. Попробуйте письменно составить перечень основных потребностей для трёх человек: школьника, папы – бизнесмена и бабушки – пенсионерки. Чем отличаются их потребности и почему?

3. В городе Кирпичевске два хлебных магазина, которые находятся в разных концах города. В одном из них хлеб всегда свежий, а в другом – не очень. Цена хлеба в обоих магазинах одинакова. Казалось бы, люди будут покупать только свежий хлеб, но покупателей хватает в обоих магазинах. Объясните этот странный факт.

3 блок.

Варианты ситуаций для рассмотрения в суде

- Недавно купили телевизор. Не проработал и двух недель – сломался. Телевизор достаточно дорогой, не хотелось бы пользоваться новой, но уже прошедшей ремонт вещью. Продавец предлагает ремонт, деньги возвращать отказывается.
- Полгода назад я купил часы стоимостью 30 тысяч рублей. Гарантия у часов 2 года. И вот по истечению 6 месяцев часы остановились. В магазине мне отказали в гарантийном ремонте или замене часов, так как упаковка утеряна. Хотя и паспорт и гарантийный талон и чек я продавцу предоставил.
- Живем в глубинке, газеты и журналы к нам приходят через 3-4 дня после их выхода.
- Наталья купила шубу в ЦУМе. Придя, домой она увидела, что цвет не тот, который хотелось. Да и фасон не слишком подходит. С заявлением и чеком она пришла в магазин. Шубу приняли, в заявлении написали, что она находится в отделе, но деньги – 20 тыс. рублей отдать не торопились. Прошел 1 месяц.
- Приобрела телевизор в кредит. Смушает цвет на экране, отливает зеленоватым оттенком. В магазине поменять телевизор или вернуть деньги мне отказали.
- Покупательница приобрела себе в магазине смеситель. Кран установили довольно быстро, но он подтекал. Сантехник не мог найти причину течи. Покупательница предъявила претензию магазину. Директор магазина предоставил сантехника своей организации. Тот тоже не смог разобраться, почему кран подтекает. Директор магазина рассмотрел претензию, пообещал вернуть деньги, но передумал. Снова был приглашен уже другой сантехник, который устранил течь, но покупательница уже не могла смотреть на кран спокойно потребовала вернуть ей деньги. Директор магазина ответил ей отказом.
- Покупательница приобрела туфли. Прогулка в них была не долгой – 5 дней. Покупательница принесла их в магазин, но в обмене или в возврате денег ей отказали. Продавец заявила: “Туфли качественные, просто вы носили их небрежно”

Практическая работа

по теме «Как читать этикетку товара»

Выполните следующие задания:

1. Составьте список сведений, которые, по вашему мнению, должны содержаться на упаковке шоколада.
2. Возьмите несколько упаковок отечественного и импортного шоколада. Составьте список сведений, которые вам удалось почерпнуть, ознакомившись с упаковкой.
3. Сравните два списка. Какая информация, с вашей точки зрения необходимая, отсутствует на упаковке шоколада? Какая информация, на ваш взгляд, лишняя?

Практическая работа

по теме «Реклама и её регулирование»

Выполните следующие задания:

1. Возьмите 2 – 3 различных периодических издания (газеты или журнала) и подсчитайте, какой процент площади издания занимает реклама. Почему эта цифра различна для разных изданий? Может ли существовать издание без рекламы?
2. Подберите 2 – 3 примера скрытой рекламы. Почему, с вашей точки зрения, выбранные вами статьи являются рекламой?

3. Приведите несколько примеров недобросовестной рекламы. Почему, с вашей точки зрения, она является недобросовестной?
4. Встречается ли в данных изданиях социальная реклама? Как вы оцениваете её роль? Нужна ли она?

ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ТЕМЕ «ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ»

Ученикам предлагается перечислить положительные и отрицательные стороны покупки товаров в следующих местах

А) в супермаркете:

«+» - большой выбор, возможность осмотреть товар, не надо стоять в очереди в отдел;

«-» - вероятность импульсивных покупок, дороговизна;

Б) в магазине с традиционным обслуживанием:

«+» - личный контакт с продавцом;

«-» - большие затраты времени на покупку;

В) на вещевом рынке:

«+» - большой выбор, дешёвые цены;

«-» - неудобства (сложно мерить товар, много народу), отсутствие гарантий качества.