Министерство просвещения Российской Федерации
Министерство образования Ростовской области
МУ «Отдел образования Константиновского района»
Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа № 2»

УТВЕРЖДАЮ
Директор МБОУ СОШ №2
_____ Е.В. Некоз
(приказ от 31.08.2026г. № 354)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

(ID 11520140)

курса внеурочной деятельности
Основы потребительской и финансовой культуры
(социальное направление)

для обучающихся 9 (а, б) класса основного общего образования

на 2026-2027 учебный год

г. Константиновск 2026 год

Пояснительная записка
Нормативные документы

Рабочая программа курса «Основы потребительской и финансовой культуры» составлена на основе:

1.Учебного плана для образовательных организаций Ростовской области реализующих основные образовательные программы основного общего образования на 2026 – 2027 учебный год;

2.Основной образовательной программы основного общего образования МБОУ СОШ № 2 на 2026-2027 учебный год;

3.Требования к оснащению образовательного процесса в соответствии с содержательным наполнением учебных предметов федерального государственного образовательного стандарта;

4.Недельного учебного плана МБОУ СОШ № 2 г. Константиновска на 2026-2027 учебный год;

5.Примерной программы курса. Сборник программно - методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений / Сост. Л.Н. Поташева.

-Курсы по выбору для 9 класса. Основы потребительской культуры. (В.Д.Симоненко, Т.А. Степченко). М.: ВИТА-ПРЕСС 2016 г.

Общая характеристика курса

В наше время экономика и право считаются весьма почтенными занятиями и, на первый взгляд, становятся уделом немногих особо успешных членов общества. На самом деле и тем и другим приходится заниматься буквально каждому человеку, причём не изредка, а ежедневно. Скажем, когда мы покупаем булочку или диск, мы не только участвуем в экономическом обороте, но и заключаем договоры, - даже если сами об этом не подозреваем: ведь право признаёт не только письменные, но и устные договоры. Поэтому изучение экономики (как и права) лучше всего начинать с тех ситуаций, в которых сами ребята уже участвовали практически.

Именно поэтому в школьную программу вводится изучение курса «Основы потребительской и финансовой культуры». Потребительские знания нужны ребятам и полезны уже сегодня.

Главным действующим лицом в предлагаемой программе является потребитель, поэтому в ней рассматриваются проблемы, которые решают потребители ежедневно, чтобы создать комфортные условия для жизни. В рамках реализации программы осуществляется профориентационная работа.

Целью программы является:

- формирование у учащихся системы знаний в области защиты прав потребителей и выработка через умения и навыки ключевых гражданских, социальных и правовых компетенций.

Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие задачи:

- овладение учащимися основами знаний разумного потребительского поведения;
- развитие у школьников самостоятельности, креативности, мотивационно-ценностной готовности и адекватной самооценки;
- формирование практических умений и навыков отстаивать свои права в случае их нарушения в рамках законодательства;
- воспитание у учащихся толерантности, социальной ответственности, организованности и требовательности в правовом поле деятельности;
- обеспечение готовности к реализации способностей в сфере коммуникации «покупатель - продавец» и повышения адаптивности школьников к современным рыночным условиям с учётом их интересов и склонностей.

Учащиеся должны знать:

-понятия продавец, покупатель, проблема выбора, потребности;
- основные особенности потребительского выбора;
- дополнительные выгоды и издержки;
-особенности, достоинства и недостатки различных форм организации торговли;
-условия получения кредита;
-достоинства и недостатки различных источников информации;
-достоинства и недостатки, значение рекламы.

Учащиеся должны уметь:

-осуществлять экономические сделки с наименьшими потерями и с наибольшей выгодой для себя;
- читать этикетку товара, извлекая необходимую информацию для его безопасного использования;
- пользоваться источниками информации для потребителей;
- составлять рекламацию;
- оценивать выгоды и риски при заключении кредитного договора;
- анализировать структуру бюджета собственной семьи;
- приводить примеры товаров Гиффена;
- анализировать издержки, выручку и прибыль;
- анализировать страховые услуги;
- приводить примеры эффективной рекламы.

В рамках реализации воспитательного потенциала решаются следующие задачи:

- выработка собственных нравственных взглядов, суждений, оценок;
- изучение, осмысление и анализ нравственного опыта иных поколений;
- приобретение навыков самостоятельного решения теоретических проблем, навыков генерирования и оформления собственных идей, уважительного отношения к чужим идеям;
- приобретение навыков публичного выступления перед аудиторией, аргументирования и отстаивания своей точки зрения;
- воспитание доброжелательности, уважения к старшему поколению, ответственности за порученное дело;
- развитие желания расширять свой кругозор, знать больше.

Формы работы: ролевые и деловые игры, групповые дискуссии, практические работы, викторины, работа в группах, просмотр видеофильмов, мозговой штурм.

Методические рекомендации по разработке программ внеурочной деятельности в рамках реализации ФГОС предполагают **следующие формы контроля:** творческая работа, конкурс, выставки, участие в деловых играх, проектная деятельность. Особой формой контроля являются ежемесячные события.

Место курса в учебном плане

Учебный план для образовательных учреждений Ростовской области отводит 34 часа для изучения курса на этапе основного общего образования в 9 классе, из расчёта 1 час в неделю. С учётом годового календарного учебного графика МБОУ СОШ № 2 в 9 классе на прохождение программного материала отводится 34 учебных недели, 34 часа соответственно (1 час в неделю).

Содержание курса

1. Потребительская культура и экология человека (4 часа)

Понятие «культура». Виды культуры. Принцип культурного потребления. Потребительская культура личности и общества. Слагаемые потребительской культуры: материальные и духовные ценности, знания, образцы и нормы поведения. Уровни потребительской культуры. Взаимосвязь человека с природой. Экономическая деятельность и экология человека. Виды потребления. Рациональное потребление. Питание и здоровье человека.

2. Потребитель и закон (5 часов)

Кто является потребителем? Основные права потребителей. Суверенитет потребителя. Причины, ограничивающие суверенитет потребителя и суверенитет производителя. Рациональность потребителя. Возникновение и развитие потребностей. Переход потребностей с одного уровня на другой. Основные виды потребностей. Психология потребителя. Психологические факторы поведения потребителя. Мотив и потребность.

3. Потребитель – король на рынке (5 часов)

Понятие «рынок». Товары потребительского назначения. Потребительский спрос и факторы спроса. Выгоды от конкуренции. Виды торговли. Продажа гражданам товаров длительного пользования в кредит; по образцам. Виды и способы магазинной и внемагазинной торговли: преимущества и недостатки. Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты.

4. Куда уходят деньги (4 часа)

История возникновения денег. Свойства и функции денег. Пластиковые карты: правила пользования. Национальная валюта. Как потребителю грамотно распоряжаться деньгами. Доходы и их источники. Номинальные и реальные доходы. Потребительские расходы. Классификация расходов. Рациональный бюджет школьника. Виды налогов. Права и обязанности налогоплательщика. Льготы при уплате налогов. Ответственность налогоплательщиков в случае нарушения законодательства.

5. Информация для потребителей (6 часов)

Право потребителя на информацию. Источники информации. Достоверность информации. Реклама, формы рекламы и наиболее популярные приёмы. Классификация видов рекламы. Федеральный закон «О рекламе». Маркировка. Товарный знак. Особенности использования символики и товарных знаков. Подделка товарного знака и её последствия. Отличие бренда от товарного знака. Пищевые добавки. Классификация пищевых добавок. Запрещённые к применению в России индексы Е.

6. Искусство покупать (6 часов)

Виды недостатков товаров. Специальные сроки, устанавливаемые на товары. Особенности продажи отдельных товаров. Требования потребителя в случае приобретения недоброкачественного товара. Условия обмена товара с недостатком. Ответственность продавца перед покупателем за нарушение его прав. Неустойка. Право потребителя на обмен качественных товаров.

7. Кто защищает права потребителей? (4 часа)

Задачи и функции ФАС. Адвокат, исковое заявление, кассационная жалоба, суд. Как обжаловать решение суда? Каков порядок подачи кассационной жалобы, каким требованиям она должна удовлетворять? Что должно быть в исковом заявлении? Что такое моральный вред и как он возмещается? Кем определяется размер возмещения морального вреда?

Планируемые результаты освоения курса

В результате изучения курса «Основы потребительской и финансовой культуры» ученик должен:

знать/понимать:

- кто такие покупатели и продавцы; что такое полезность; роль и этапы развития торговли; значение, достоинства и недостатки рекламы; основные положения «Закона о защите прав потребителя»; общие правила потребительского выбора; причины расточительства;

уметь:

- приводить примеры: дополнительных денежных и не денежных издержек и выгод; различных источников информации для потребителя;
- описывать: особенности различных форм организации торговли; способы стимулирования сбыта; виды рекламы; различные символы на этикетке товара; способы защиты денежных знаков;
- объяснять взаимовыгодность добровольного обмена, проблему потребительского выбора; достоинства и недостатки различных источников информации для потребителя; необходимость маркировки товаров; последовательность шагов потребителя при покупке некачественного товара;

использовать приобретённые знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

- получения и оценки экономической информации;
- составления семейного бюджета;
- оценки собственных экономических действий в качестве потребителя, члена семьи и гражданина;
- исполнения типичных экономических ролей;
- решения практических задач, связанных с жизненными ситуациями;
- совершенствование собственной познавательной деятельности;
- оценки происходящих событий с экономической точки зрения;
- осуществления самостоятельного поиска, анализа и использования экономической информации.

Личностные и метапредметные результаты внеурочной деятельности

Личностными результатами обучающихся, формируемыми при изучении содержания курса внеурочной деятельности, являются:

• мотивированность и направленность на активное и созидательное участие в будущем в общественной и государственной жизни;

• заинтересованность не только в личном успехе, но и в развитии различных сторон жизни общества, в благополучии и процветании своей страны;

• ценностные ориентиры, основанные на идеях патриотизма, любви и уважения к Отечеству; на отношении к человеку, его правам и свободам как высшей ценности; на стремлении к укреплению исторически сложившегося государственного единства; на признании равноправия народов, единства разнообразных культур; на убежденности в важности для общества семьи и семейных традиций; на осознании необходимости поддержания гражданского мира и согласия и своей ответственности за судьбу страны перед нынешними и грядущими поколениями;

Метапредметные результаты изучения курса проявляются в:

• умении сознательно организовывать свою познавательную деятельность (от постановки цели до получения и оценки результата);

• умении объяснять явления и процессы социальной действительности с научных, социально-философских позиций; рассматривать их комплексно в контексте сложившихся реалий и возможных перспектив;

• способности анализировать реальные социальные ситуации, выбирать адекватные способы деятельности и модели поведения в рамках реализуемых основных социальных ролей (производитель, потребитель и др.);

• овладении различными видами публичных выступлений (высказывания, монолог, дискуссия) и следовании этическим нормам и правилам ведения диалога;

• умении выполнять познавательные и практические задания, в том числе с использованием проектной деятельности на уроках и в доступной социальной практике, на:

- использование элементов причинно-следственного анализа;
- исследование несложных реальных связей и зависимостей;
- определение сущностных характеристик изучаемого объекта; выбор верных критериев для сравнения, сопоставления, оценки объектов;
- поиск и извлечение нужной информации по заданной теме в адаптированных источниках различного типа;
- перевод информации из одной знаковой системы в другую (из текста в таблицу, из аудиовизуального ряда в текст и др.), выбор знаковых систем адекватно познавательной и коммуникативной ситуации;
- объяснение изученных положений на конкретных примерах;
- оценку своих учебных достижений, поведения, черт своей личности с учетом мнения других людей, в том числе для корректировки собственного поведения в окружающей среде; выполнение в повседневной жизни этических и правовых норм, экологических требований;
- определение собственного отношения к явлениям современной жизни, формулирование своей точки зрения.

Предметными результатами освоения обучающимися содержания программы курса являются:

Обучающиеся научатся:
- применять основные понятия: договор, сделка, услуга, гражданский кодекс;
- ориентироваться в сроках годности, реализации, хранения, гарантийного срока, срока службы;
- различать виды рекламы, определять какая реклама является ненадлежащей;
- составлять исковое заявление;
- различать символы на этикетках, упаковках, вкладышах;
- осознавать проблему ограниченности ресурсов и возникающую проблему выбора;
- извлекать социальную информацию из источников различного типа;
- объяснять поведение собственника, работника, потребителя с точки зрения экономической рациональности, анализировать собственное потребительское поведение;
- объяснять поведение потребителей при покупке продуктов питания, одежды, обуви, сложной бытовой техники, использование прав потребителей в случае приобретения товаров с недостатком и при обмене качественных товаров;
- анализировать практические ситуации, связанные с реализацией гражданами своих экономических интересов;
- соблюдать этику потребительского поведения.

Обучающиеся получат возможность научиться:
- анализировать источники права;
- применять полученные знания для выполнения социальных ролей работника, производителя, потребителя;
- оценивать свои возможности потребителей;
- составлять договор купли-продажи;
- защищать свои права в случае нарушения со стороны продавца;
- анализировать основные документы по защите прав потребителей;
- аргументированно доказывать свою точку зрения;
- работать с источниками различного характера.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Количество часов всего	Электронные (цифровые) образовательные ресурсы
1	Раздел 1. Потребительская культура и экология человека	4	Портал РЭШ https://fg.resh.edu.ru Библиотека ЦОК (https://m.edsoo.ru)
2	Раздел 2. Потребитель и закон	5	Библиотека ЦОК (https://m.edsoo.ru) Портал РЭШ https://fg.resh.edu.ru
3	Раздел 3. Потребитель – король на рынке	5	РЭШ: «Установка зенитных фонарей» «Молодые учёные»: образовательный ресурс издательства «Просвещение» (https://media.prosv.ru/func/)
4	Раздел 4. Куда уходят деньги	4	«Где взять деньги?» (http://skiv.instrao.ru/) «Банковский кредит»: образовательный ресурс издательства «Просвещение» (https://media.prosv.ru/func/)
5	Раздел 5. Информация для потребителей	6	Библиотека ЦОК (https://m.edsoo.ru)
6	Раздел 6. Искусство покупать	6	«Что делать с некачественным товаром»: образовательный ресурс издательства «Просвещение» (https://media.prosv.ru/func/
7	Раздел 7. Кто защищает права потребителей?	4	Библиотека ЦОК (https://m.edsoo.ru)

В 9а классе объединены: темы занятий № 24 и № 25, так как занятие № 24 выпадает на 08.03.2027г.; темы занятий № 30 и № 31, так как занятие № 31 выпадает на 03.05.2027г.; темы занятий № 32 и № 33, так как занятие № 32 выпадает на 10.05.2027г.

Календарно-тематическое планирование

№ п/п	Темы уроков	Кол-во часов	Дата изучения		Виды деятельности
			план	факт	
	1. Потребительская культура и экология человека	**4 часа**			
1	Что такое потребительская культура.	1	9А – 07.09 9Б – 04.09		мозговой штурм
2	Культура потребителя и окружающая среда.	1	9А – 14.09 9Б – 11.09		анализ проблемных ситуаций
3	Потребление: структура и нормы.	1	9А – 21.09 9Б – 18.09		участие в дискуссии
4	Поговорим о культуре питания.	1	9А – 28.09 9Б – 25.09		игра-диспут
	2. Потребитель и закон	**5 часов**			
5	Кто такой потребитель?	1	9А – 05.10 9Б – 02.10		участие в ролевой игре
6	Суверенитет и рациональность потребителя.	1	9А – 12.10 9Б – 09.10		анализ проблемных ситуаций
7	Разнообразие человеческих потребностей и их классификация.	1	9А – 19.10 9Б – 16.10		описание объекта, составление характеристики, выполнение творческого задания
8	Психология потребителя.	1	9А – 09.11 9Б – 23.10		игра «Медицинский консилиум»
9	Потребность в защите: закон «О защите прав потребителей».	1	9А – 16.11 9Б – 06.11		участие в дискуссии, обсуждение и решение проблемных ситуаций
	3. Потребитель – король на рынке	**5 часов**			
10	Что такое рынок?	1	9А – 23.11 9Б – 13.11		участие в викторине
11	Виды и способы торговли.	1	9А – 30.11 9Б – 20.11		участие в ролевой игре
12	Продажа товаров в кредит.	1	9А – 07.12 9Б – 27.11		анализ проблемных ситуаций
13	Продажа товаров по образцам и на дому у покупателей.	1	9А – 14.12 9Б – 04.12		выполнение творческого задания, индивидуальная и групповая проектная работа
14	Дешевле только даром.	1	9А – 21.12 9Б – 11.12		конкурс «Торговые агенты»
	4. Куда уходят деньги	**4 часа**			
15	Деньги – слуги или господа.	1	9А – 28.12 9Б – 18.12		анализ информации СМИ
16	Разумные расходы – статья доходов.	1	9А – 11.01 9Б – 25.12		тест «Как вам стать миллионером?»

17	Рациональный бюджет школьника.	1	9А – 18.01 9Б – 15.01		практикум «Рациональный бюджет школьника"
18	Каждый платит налоги.	1	9А – 25.01 9Б – 22.01		аукцион понятий
	5. Информация для потребителей	**6 часов**			
19	Источники информации.	1	9А – 01.02 9Б – 29.01		составление таблицы
20	Реклама – двигатель торговли.	1	9А – 08.02 9Б – 05.02		игра «рекламодатели»
21	Виды рекламы.	1	9А – 15.02 9Б – 12.02		выполнение творческого задания
22	Символы на этикетках.	1	9А – 20.02 9Б – 19.02		практикум «Что означают эти знаки?»
23	Назначение товарных знаков.	1	9А – 01.03 9Б – 26.02		описание объекта, составление характеристики
24	Индекс Е. Что он означает?	1	9А – 15.03 9Б – 05.03		анализ проблемных ситуаций
	6. Искусство покупать	**6 часов**			
25	Качество товаров.	1	9А – 15.03 9Б – 12.03		проведение опроса
26	Покупка продуктов питания.	1	9А – 22.03 9Б – 19.03		участие в ролевой игре
27	Как выбирать одежду и обувь?	1	9А – 05.04 9Б – 26.03		практикум «Как выбрать вещь в своё удовольствие?»
28	Бытовая техника: всерьёз и надолго.	1	9А – 12.04 9Б – 09.04		составление рекомендаций
29	Всегда ли товар можно обменять?	1	9А – 19.04 9Б – 16.04		практикум «Как оформить рекламацию?»
30	Правила пользования коммунальными услугами.	1	9А – 26.04 9Б – 23.04		деловая игра «Потребитель на рынке»
	7. Кто защищает права потребителей?	**4 часа**			
31	Государственные органы по защите прав потребителей.	1	9А – 26.04 9Б – 30.04		работа с адаптированными источникам
32	Общественные организации по защите прав потребителей.	1	9А – 17.05 9Б – 07.05		сбор и обработка информации
33	Судебная защита прав потребителей.	1	9А – 17.05 9Б – 14.05		игра «Заседание суда»
34	Повторение материала по разделу «Кто защищает права потребителя?».	1	9А – 24.05 9Б – 21.05		практикум «Как правильно составить исковое заявление?»

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ УЧЕНИКА

- Закон РФ «О защите прав потребителей»

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ УЧИТЕЛЯ

- Сборник программно - методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений / Сост. Л.Н. Поташева;
- Курсы по выбору для 9 класса. Основы потребительской культуры. (В.Д.Симоненко, Т.А. Степченко). М.: ВИТА-ПРЕСС 2016 г.;
- Александрова А.Л. «Основы потребительской культуры: пособие для учителя». Екатеринбург. 2013 г.;
- Долбилин А.С. «Защита прав потребителей». – М: 2016 г.;
- Липсиц И. «Экономика без тайн». М: 2012г.;
- Симоненко В.Д. «Основы домашней экономики». Брянск, 2014 г.;
- Закон РФ «О защите прав потребителей»;
- Закон РФ «О рекламе»;
- Гражданский кодекс РФ.

ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ И РЕСУРСЫ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

- Библиотека ЦОК (https://m.edsoo.ru)
- https://fipi.ru/metodicheskaya-kopilka
- https://uchitelya.com/obschestvoznanie
- Портал РЭШ https://fg.resh.edu.ru
- Образовательный ресурс издательства «Просвещение» (https://media.prosv.ru/func/)

Лист внесения изменений
в рабочую программу по курсу
«Основы потребительской и финансовой культуры»
в разделе «Календарно-тематическое планирование»
на 2026-2027 учебный год

СОГЛАСОВАНО

Заместителем директора по ВР
28.08.2026 г.
_____Н. В. Задорожняя

СОГЛАСОВАНО

Методическим советом
МБОУ СОШ № 2
(протокол от 27.08.2026 г. № 1)
Председатель МС:
_____ Л. Е. Линкина