

Российская Федерация
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра
**МУНИЦИПАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА НЯГАНИ
«ГИМНАЗИЯ»**

Приложение к основной образовательной программе среднего общего образования



УТВЕРЖДЕНО:
Директор МАОУ г. Нягани
«Гимназия»

/А.А. Фрицлер
Приказ от 31.08.2023 г. №484

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
«Функциональная грамотность школьника. Финансовая
грамотность. Основы потребительской культуры»**

для обучающихся 11 класса

Направление деятельности:

Возраст обучающихся – 16-17 лет

Срок реализации – 1 год

город Нягань
2023 г.

Пояснительная записка

1. Назначение программы

Программа элективного курса «Функциональная грамотность. Финансовая грамотность. Основы потребительской культуры» создает развивающее пространство, способствующее формированию универсальных учебных действий школьников на экономическом содержании образования.

Программа составлена на основе федерального компонента государственного стандарта основного общего образования (базовый уровень), на основе программы элективного курса «Основы потребительской культуры» для 10 - 11 классов общеобразовательных учреждений, авторы В.Д.Симоненко, Т.А. Степанченко. Допущена Министерством образования РФ.

2. Актуальность и целесообразность курса

Социально-экономическое развитие страны и ее регионов характеризуется динамичными процессами в различных секторах жизнедеятельности. На процесс синхронизации развития секторов экономики и социальной сферы, а также всех государственных институтов существенное влияние оказывает состояние финансовой грамотности населения.

Финансовая грамотность - сложная сфера, предполагающая понимание ключевых финансовых понятий и использование этой информации для принятия разумных решений, способствующих экономической безопасности и благосостоянию людей. К ним относятся принятие решений о тратах и сбережениях, выбор соответствующих финансовых инструментов, планирование бюджета, накопление средств на будущие цели, например, получение образования или обеспеченная жизнь в зрелом возрасте. Важно отметить, что финансовая грамотность предполагает необходимость эффективного реагирования на постоянно изменяющиеся личные и внешние социально-экономические и политические обстоятельства. Обобщенное понятие финансовой грамотности определяется как умение эффективно использовать знания и навыки по управлению финансовыми ресурсами для достижения финансового благополучия. Другими словами, индивид на основе полученной им информации о существующих финансовых продуктах использует ее в процессе принятия решения о получении финансовых услуг, либо их предоставления.

Очевидно, что повышение потребительской культуры населения обеспечивается образованием, в том числе и со школьной скамьи. По данным Национального агентства финансовых исследований (далее – НАФИ), которое регулярно проводит измерение уровня финансовой грамотности и потребительской культуры населения России, ее уровень можно охарактеризовать как невысокий.

В настоящее время в общеобразовательной школе нет специального предмета, в результате изучения которого школьники приобретали бы знания, необходимые им в современной жизни: о правах и обязанностях потребителя, системе защиты прав потребителей, о разумном потребительском поведении. Эти знания востребованы в современной школе и формирование их необходимо в рамках отдельного учебного курса. Поэтому данный курс приобретает особую актуальность.

Предлагаемый курс внеурочной деятельности поможет учащимся овладеть современными экономическими знаниями в области прав человека, умениями и навыками грамотного поведения и защиты потребителей в различных рыночных ситуациях в соответствии с законами Российской Федерации. Его изучение, в сочетании с образовательной деятельностью по тому или иному направлению, а также выбора профиля дальнейшего образования, поможет школьникам адаптироваться к дальнейшей самостоятельной жизни.

Цель финансового просвещения молодежи - доставка понятной качественной информации о финансовых инструментах «точно в срок» до каждого нуждающегося в ней потребителя.

3. Цели и задачи реализации программы

Цель курса внеурочной деятельности:

Формирование знания и умения грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях. Развитие экономического и логического мышления, творческих способностей, коммуникативных способностей. Воспитание организованности, деловитости, культуры поведения и смелости в защите своих прав.

Задачи курса:

1. Подвести учащихся к осознанию необходимости овладения различными экономическими знаниями в области прав потребителей.
2. Познакомить с основными законодательными актами, регламентирующими права и защиту интересов потребителей, а также элементы маркировки на упаковки товаров.
3. Показать, что потребитель является главным действующим лицом в рыночной экономике, поэтому должен знать требования объективных экономических законов и вести себя в соответствии с этими требованиями.
4. Наглядно в доступно-игровой форме вырабатывать умения и навыки разумного поведения потребителя при покупке товаров.

4. Место курса внеурочной деятельности.

Программа курса рассчитана на *1 час в неделю (34 часа в год)*. Каждая глава имеет целостное, законченное содержание: изучается определённая сфера финансовых отношений и определённый круг финансовых задач, с которыми сталкивается человек в своей практической жизни.

5. Взаимосвязь с программой воспитания и обучения.

Финансовая грамотность в области повышения потребительской культуры - это совокупность способностей, которые, хотя и приобретаются в процессе финансового образования в школе и вузе, но осваиваются и проверяются на практике в течение жизни.

Курс дает возможность обучающимся проанализировать основы предпринимательской деятельности, оценить свои профессиональные возможности и потребности на основе изучения юридических источников, анализа деятельности предприятий различных видов в условиях рыночных отношений и конкуренции.

Содержание программы существенно расширяет и дополняет знания старшеклассников об управлении семейным бюджетом и личными финансами, функционировании фондового рынка и банковской системы, полученные при изучении базовых курсов обществознания и технологии, а выполнение творческих работ, практических заданий и итогового проекта позволит подросткам приобрести опыт принятия экономических решений в области управления личными финансами, применить полученные знания в реальной жизни.

Кроме того, задачи с финансово-экономическим содержанием включены в ЕГЭ по обществознанию.

Реализация программы выступает развивающим пространством способствующим формированию универсальных учебных действий школьников на экономическом

содержании образования.

Целесообразность программы заключается в овладении различными видами деятельности (самостоятельной проектной, исследовательской деятельностью и др.) обучающимися в образовательном учреждении должно быть выстроено в виде целенаправленной систематической работы.

Новизной является направленность курса на формирование финансовой грамотности старшеклассников, на основе построения прямой связи между получаемыми знаниями и их практическим применением, пониманием и использованием финансовой информации. На настоящий момент и в долгосрочном периоде ориентирует на формирование ответственности у подростков за финансовые решения с учетом личной безопасности и благополучия.

Отличительной особенностью является то, что он базируется на *системно-деятельностном* подходе к обучению, который обеспечивает активную учебно-познавательную позицию учащихся. У них формируются не только базовые знания в финансовой сфере, но также необходимые умения, компетенции, личные характеристики и установки.

6. Целевая аудитория

В осуществлении данного курса участвуют обучающиеся 11 класса образовательного учреждения.

7. Методы и формы обучения

Основные формы:

- Аудиторные занятия: лекции, практикумы, дискуссии
- Экскурсии
- Деловые игры

Принцип отбора материала в соответствии со спецификой аудитории связан с необходимостью выделить те темы, которые будут способствовать формированию финансовой культуры, освоению базовых финансовых понятий и развитию базовых навыков эффективного и ответственного ведения личного бюджета, практических навыков принятия ответственных решений, необходимых для ориентации и социальной адаптации учащихся к происходящим изменениям в жизни российского общества, а также для профессиональной ориентации выпускников:

- Использование технических средств обучения, ресурсов интернета
- Работа с источниками экономической информации
- Интерактивные технологии

Курс имеет интегрированный характер, что осуществляется межпредметными связями с математикой (решение математических задач с экономическим содержанием), историей (например, история денег и т.д), обществознанием (основы экономики), технологией.

Оценка результатов обучения - защита проекта. Процедура защиты предусматривает доклад учащегося по материалам проекта (исследования) с демонстрацией.

Формы контроля знаний, умений, навыков:

- тестовые работы
 - доклад
 - графический диктант (верно/неверно)
 - решение проблемных ситуаций
 - урок-защита тематических заданий.
 - деловые игры
-

- выполнение и защита мини-проекта

Способы оценки результатов деятельности учащихся:

- психолого-педагогический – анализ наблюдений деятельности учащихся
- рейтинговые оценки (тестирование)
- выполнение и защита заданий, проектов.

8. Планируемые результаты обучения

В результате изучения курса основ потребительской культуры учащийся должен

Иметь представление:

- о способах воздействия бизнеса на потребителей, критически оценивать рекламную информацию;
- правовых законодательных актах, регулирующих права и защиту интересов потребителей;
- об органах по защите прав потребителей: арбитражный суд, Государственный Антимонопольный комитет, Госстандарт России, Госсанэпидемслужба России.
Знать/понимать:
- место и роль потребителей в рыночной экономике, природу и сущность потребностей человека.
- 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.
- современную систему штрихового кодирования.
- элементы маркировки на товарах.

Уметь:

- разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения
- анализировать текущую информацию об изменениях в жизни общества
- различать символы на упаковке товаров, этикетках, вкладышах, ярлыках, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию
- защищать свои права в случае их нарушения
- решать ситуации, применяя закон РФ «О защите прав потребителей».
- оформлять иски заявления.

Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни:

- методикой расшифровки штрихового кода.
- технологией упаковки товаров.
- технологией покупки товаров: одежды, обуви в кредит.
- технологией определения элементов маркировки товаров.

7. Психолого-педагогические принципы, на основе которых построено содержание программы

- соответствие возрастным особенностям обучающихся;
 - преемственность с технологиями учебной деятельности;
 - опора на ценности системы воспитательной работы образовательного учреждения;
 - свободный выбор на основе личных интересов и склонностей ребенка;
-

- доступность и наглядность, связь теории с практикой;
- сочетание индивидуальных и коллективных форм деятельности.

8. Социальное партнерство

Занятия предполагают проектирование и реализацию инициатив по развитию взаимодействия с социальными партнерами образовательного учреждения.

9. Содержание программы

Потребительская культура и экология человека Понятие «культура» Виды культуры. Принципы культурного потребления. Понятие «потребительская культура», ее место в системе общей культуры человека. Потребительская культура личности и общества. Важнейшие слагаемые потребительской культуры. Взаимосвязь человека с природой. Экономическая деятельность и экология человека. Виды потребления. Рациональное потребление. Питание и здоровье человека.

Потребитель и закон Понятие «потребитель» в обыденной жизни. Кто является потребителем по «закону»? 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. «Пирамида» человеческих потребностей по А. Маслоу. Психология потребителя. Психологические факторы поведения потребителя. Мотив и потребность. Самоменеджмент и его роль в управлении поведением потребителя.

Потребитель — король на рынке Сущность выражения «Потребитель — король...». Понятие «рынок». Товары потребительского назначения: длительного пользования, краткосрочного пользования и бытовые услуги. Потребительский спрос и факторы спроса. Что выигрывает от конкуренции потребитель? Виды торговли. Виды и способы магазинной и внемагазинной торговли: преимущества и недостатки. Скидки. Купоны и флаеры. Дисконтные карты. Продажа гражданам товаров длительного пользования в кредит; по образцам. Особенности комиссионной торговли и на дому у покупателей.

Куда уходят деньги? Деньги. Из истории 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. Закон Энгеля. Рациональный бюджет школьника. Виды налогов: прямые и косвенные. Права и обязанности налогоплательщиков. Сколько и за что следует платить? Льготы при уплате налогов. Ответственность налогоплательщиков в случае нарушения законодательства.

Информация для потребителей. Право потребителей на информацию. Источники информации: контролируемые и иные. Достоверность информации. Понятие «реклама». Формы рекламы. Наиболее популярные приемы, используемые в рекламе. Классификация видов рекламы. Федеральный закон «О рекламе». Виды рекламы. Публичная оферта и социальная реклама. Маркировка. Средства, с помощью которых потребитель, получает информацию о товарах: этикетка, вкладыш, маркировка на упаковке продуктов питания, промышленных товаров. Закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184. О знаке обращения на рынке. Товарный знак фирмы — лучшая реклама. Особенности использования символики и товарных знаков. Подделка товарного знака и ее последствия. Условия использования чужого товарного знака. Регистрация товарных знаков. Отличие бренда от товарного знака. Пищевые добавки (индекс Е). Причины, по которым применяются пищевые добавки. Классификация пищевых добавок. Запрещенные к

применению в России индексы Е. Противопоказания к использованию продуктов с пищевыми добавками.

10. Тематическое планирование с определением основных видов внеурочной деятельности обучающихся

№ п/п	Наименование разделов программы	Кол-во часов	Формы проведения занятий	Основные виды деятельности обучающихся
1	Потребительская культура и экология человека	5	<i>Учебные проекты Практикумы</i>	<i>Написание проекта Анализ проблемных ситуаций</i>
2	Потребитель и закон	8	<i>Деловые игры Экскурсии</i>	<i>Сбор и классификация материала выполнение работ практикумов</i>
3	Потребитель – король на рынке	6	<i>Работа с источниками экономической информации. Дебаты.</i>	<i>Моделирование ситуаций Построение гипотез и ее доказательство</i>
4	Куда уходят деньги?	6	<i>Интерактивные технологии. Деловая игра.</i>	<i>Сбор и оформление информации с дальнейшим представлением аудитории</i>
5	Информация для потребителей	9	<i>Индивидуальный исследовательский проект.</i>	<i>Написание проекта Анализ проблемных ситуаций</i>
	ИТОГО	<i>34</i>		

11. Описание учебно-методического и материально-технического обеспечения курса внеурочной деятельности

1. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Учебн. пособие. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008.
 2. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Хрестоматия для учащихся. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008
 3. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Практикум для учащихся. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2004.
-

4. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Метод, пособие. — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007.
5. Васильева Н. В. Рабочая тетрадь по курсу «Основы потребительской культуры». — М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007.
6. Матвеева Т. М. и др. Олимпиады по основам потребительских знаний и предпринимательства (с ответами и решениями): Пособие для учителя. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008.

Дополнительная литература

1. А.П. Архипов Азбука страхования: Для 10-11 классов общеобразовательных учреждений М.: Вита-Пресс, 2010 г.
2. В.С. Антономов «Введение в экономику». Учебник для 10-11 класса, М.: Вита-пресс, 2014
3. Ю.В. Брехова, Д. Ю. Завьялов, А. П. Алмосов Финансовая грамотность. 10-11 классы. Учебная программа М.: Вита-Пресс, 2016 г.
4. А. Горяев, В. Чумаченко Финансовая грамота М.: Юнайтед Пресс, 2012 г.
5. И.В. Липсиц «Экономика, 1-2 часть. Учебник для 10-11 класса, М.: Вита-пресс, 2014
6. Н. Розанова Банк: от клиента до президента: Учебное пособие по элективному курсу для 8-9 классов М.: Вита-Пресс, 2008 г.

Аннотация сайтов

1.Фин-грамота. ру - www.fin-gramota.ru

Сайт Центра повышения финансовой грамотности. Удобный интерфейс позволяет пользователю в зависимости от возраста, пола и интересов выбрать тот раздел сайта, где представлена необходимая информация. Информационное наполнение и тематические разделы сайта помогут желающим повысить уровень своей финансовой культуры.

2.Академия личных финансов - www.homecredit.ru

Сайт Банка Хоум Кредит. Интерес представляет раздел «Академия личных финансов», призванный помочь посетителю сайта сориентироваться в мире банковских продуктов и услуг. В этом разделе можно найти информацию, которая пригодится при выборе банковских продуктов.

3.Мои умные деньги- www.visa.com.ru

Сайт корпорации Visa, создавшей крупнейшую в мире сеть розничных электронных платежей. Посетители сайта найдут здесь рекомендации по планированию бюджета и банковским услугам. Но особый акцент сделан на пластиковых картах – их видах, особенностям их использования, правилам безопасного использования карт.

3. МЦФО - <http://mmcfo.ru>

Сайт Молодежного Центра изучения финансовых операций - региональной молодежной общественной организации, созданной для получения молодыми людьми практических навыков работы в области экономики и финансов. На сайте представлена разнообразная информация о фондовом рынке и его инструментах, рекомендации начинающему инвестору, торговые платформы для работы на фондовом рынке через Интернет. Но особый интерес представляет раздел о конкурсах, организуемых МЦФО среди молодых инвесторов – школьников и студентах.

4. Школа личных финансов- www.familyfinance.ru

Сайт Галины Остриковой из Воронежа – привлекает своей тематической и информационной насыщенностью. Ориентирован прежде всего на родителей, которым предлагается «побывать» на Уроках Здорового Отношения к Деньгам: Бездефицитное мышление и Как контролировать денежные потоки, Как жить по средствам и Как сберегать деньги... А также много другой полезной информации.

5. **Ученики Скруджа**- ycheniki-skrudja.com

Сайт посвящен вопросам финансового просвещения. Тематика разнообразна – от личного финансового плана и семейной бухгалтерии до инвестиций на фондовом рынке и рынке недвижимости. Обширная библиотека книг, статей, аудио-книг и видеофильмов по финансовой грамотности.

6. **Доступно о деньгах** - www.moneybasics.ru

Сайт создан при поддержке ДжиИ Мани Банка в продолжение программы корпоративной социальной ответственности, основанной на принципах Ответственного кредитования. И посвящен, в первую очередь, банковским кредитам – потребительским, ипотеке, кредитным картам.

7. **Основы финансовой грамотности** – www.finbas.ru

Путеводитель по работе частных лиц с финансовыми организациями - банками, брокерами, ПИФаами и ОФБУ. Знакомство с финансовыми инструментами – депозиты, ценные бумаги. Инвестиции на фондовом рынке и в альтернативные финансовые инструменты – памятные монеты и драгметаллы.

8. **Азбука финансов** - www.azbukafinansov.ru

Создатели сайта стремились помочь людям разного возраста и достатка приобрести знания и умения, которые помогут им осознанно принимать финансовые решения. Сайт тематически делится на несколько разделов, каждый из которых ориентирован на свою аудиторию: «для Школы» - будет полезен преподавателям и учащимся; «для Дома» - взрослому населению; «для Работы» - предпринимателям и работодателям; «для Организации» - партнерам и потенциальным участникам программы повышения финансовой грамотности.
