

Intel®
Обучение для
будущего
при поддержке Microsoft



Муниципальное общеобразовательное учреждение средняя
общеобразовательная школа № 32

Учебный проект

Хотите, не хотите ли, но все мы потребители...

Автор: Заречнева Ирина Викторовна, учитель
технологии.

intel®
innovation in
education

г. Сургут 2007

**Чем больше продукции, тем
больше нужно потребителей.
Элиас Канетти.**



intel[®]

innovation in
education

Аннотация

В проекте идёт речь о потребителе – центральной фигуре экономики, т. е. о нас с вами. Каждый человек должен владеть потребительской культурой, т. е. знать свои законные права как потребителя и уметь ими пользоваться. Проект может быть использован как в работе на уроке, так и предпрофильной подготовке.

Участники:

учащиеся 9 класса

Тема учебного проекта:

Основы потребительской культуры

intel[®]

innovation in
education



Основополагающий вопрос:

Что было бы, если бы не было потребителей?

Вопросы учебной темы:

- Как потребление влияет на окружающую среду?
- Кто такие потребители?
- Как мы выбираем?
- Как продаются товары?
- Какие существуют источники информации для потребителей?
- Как читать этикетку товара?
- Каковы основные права потребителей?

Учебные предметы:

русский язык, литература, экономика, информатика, история, граждановедение, биология, химия, анатомия, технология, музыка.

intel[®]

innovation in
education



Дидактические цели проекта:

формирование экономического мышления и знаний основ потребительской культуры учащихся, правил поведения и качеств культурного потребителя.

Методические задачи:

освоение учащимися знаний рационального потребления, теории потребительского поведения и защиты прав потребителей; овладение умениями разумного выбора различных источников информации, товаров и услуг и навыками самозащиты на основе государственного законодательства; развитие логического и критического мышления, творческих способностей, коммуникативных умений; воспитание важнейших качеств культурного потребителя: целеустремлённости, настойчивости, выдержки, решительности, инициативности и самостоятельности, а также организованности и уверенности; научить пользоваться информационными технологиями для оформления результатов.

intel®

innovation in
education



Темы (темы) самостоятельных исследований учащихся:

- Как регулировать производство и потребление, не нанося вред природе?
- Кто такие потребители? Что мы потребляем?
- Что такое потребности? Какие существуют классификации потребностей?
- Что такое рынок? Главные действующие лица на рынке?
- Есть ли универсальный способ торговли? Какие преимущества и недостатки видят люди в том или ином виде торговли?
- Что такое потребительская информация? Какие бывают источники информации?
- Что такое реклама? Как извлечь из рекламного объявления полезную информацию и не попасться на удочку рекламного трюка?
- Как читать этикетку товара?
- Что такое штрих – код? Какая информация зашифрована в штрих коде?
- Как выбрать одежду и обувь?
- Как выбрать товар в магазине? Как ориентироваться в море информации, предоставляемой потребителю?
- Каковы основные права потребителей?

intel[®]

innovation in
education



Результаты предоставления исследований:

Презентации:

- ▶ «Культура потребителя и окружающая среда»;
 - ▶ «Все мы потребители»;
 - ▶ «Потребности: нужно или хочу»;
 - ▶ «Потребитель – король на рынке»;
 - ▶ «Источники информации для потребителей»;
 - ▶ «Реклама – двигатель торговли»;
 - ▶ «Как читать этикетку товара»;
 - ▶ код»;
 - ▶ запутаться в размерах»;
 - ▶ «Наши права».
- «Штиховой
«Как не

intel®

innovation in
education



Результаты предоставления исследований:

- Буклет: «Реклама товара – чай Лисма»
- Публикация: «Закон РФ «О защите прав потребителей»



intel®

innovation in
education



Этапы и сроки проведения проекта:

1. Выбор тем исследований учеников – 1 урок, 15 минут.
2. Формирование групп для проведения исследований – 1 урок, 10 минут.
3. Обсуждение плана работы учащихся индивидуально или в группе – 1 урок, 20 минут.
4. Самостоятельная работа групп – 2 урок.
5. Подготовка учащимися презентации по отчёту о проделанной работе – 3 урок.
6. Защита полученных результатов и выводов – 4 урок.

intel[®]

innovation in
education



Деятельность учащихся:

- самостоятельный поиск учащимися информации;
- групповая работа учащихся над решением единой проблемы;
- обсуждение полученной информации в рамках дискуссии;
- анализ полученных результатов;
- презентации, буклет;
- защита проектов.

intel[®]

innovation in
education



Контроль деятельности учащихся:

- кроссворды «Доллар» и «Цена»;
- тесты «Потребности» и «Информация»;
- вопросы для размышления;
- контрольные вопросы;
- конкурс «Грамотный потребитель»;
- творческое задание;
- ребусы;
- упражнения .

intel[®]

innovation in
education



Источники информации:

- Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». – М.: ООО «ВИТРЭМ», 2002.-48с.
- Основы потребительских знаний: Учебник для старших классов общеобразовательных учреждений. / Виноградова И., Кокорев Р., Колосова М. и др. Под общ. ред. П. Крючковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Вита- Пресс, ИИФ «СПРОС» КонфОП, 2001.- 272 с.: ил.
- Правила торговли. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – 64с.
- Федеральный закон «О рекламе». –2-е изд. – М.: Ось-89, 2004. – 32с. (Актуальный закон).
- Симоненко В.Д. Основы потребительской культуры: Учебник для старших классов общеобразовательных учреждений./Симоненко В. Д., Степченко Т.А.- М.: Вита – пресс, 2004. – 176 с.: ил.



Источники информации Ресурсы

□ Галерея анимационных картинок:

-  <http://www.gifme.narod.ru;>
-  <http://www.gsmnet.ru;>
-  <http://www.gifchik.boom.ru.>

intel®

innovation in
education



Автор проекта

Тюменская
область
г. Сургут
ул. Чехова 10/2
МОУ СОШ №32
тел.: 52-57-75



Учитель технологии: Заречнева
Ирина Викторовна.

