



Чаркина Наталья Владимировна  
Филиал государственного автономного  
профессионального образовательного учреждения  
«Краевой политехнический колледж» в п. Кудеда  
Пермского края  
Преподаватель специальных дисциплин,  
1 категория, стаж работы – 7 лет

Преподаваемые дисциплины: спец. дисциплины по профессии «Продавец, контролер-кассир», специальности «технология продукции общественного питания»,

#### Аннотация проекта «Школа грамотного потребителя»

Данный проект ориентирован на требования ФГОС – формирование компетенций обучающихся. Одной из форм в формировании компетенций является «Школа грамотного потребителя», занятия которого носят деятельностный характер. Инновационная направленность содержаний занятий, с принятием требований развития рынка, позволяет развивать и формировать способности обучающегося, активность, интерес к будущей деятельности. В результате реализация проекта будет получен образовательный продукт, который в своей педагогической деятельности могут использовать преподаватели и мастера производственного обучения. Реализация проекта, позволяет сформировать знания о правах потребителей в РФ и умений их практического применения, повышение информационной грамотности в области защиты прав потребителей, а также развивать организаторские способности, коммуникативные, информационные компетенции, творческие данные. Повышается их осознанность в правильности выбора профессии, повышается мотивация к разработке собственных проектов, на основе полученного опыта. Данный проект может быть использован в учебном процессе: на учебных занятиях и проведении внеклассных мероприятий.

**Номинация «Иновации в сфере среднего профессионального образования»**

***Педагогический проект***

**Школа грамотного потребителя**

*Сроки выполнения проекта:* сентябрь 2017 г.- май 2019 года

*География проекта (сфера реализации):* преподаватели и студенты ГАПОУ «Краевой политехнический колледж», родители

Разработчики проекта:  
Чаркина Наталья Владимировна,  
преподаватель специальных дисциплин

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

«...И очень важный момент, что сегодня фактически не соблюдается закон о защите прав потребителей...»

Президент Российской Федерации

В.В.Путин

По данным статистики более половины россиян за год сталкивался с нарушениями его прав как потребителя. В условиях падения общего уровня культуры, в том числе и правовой культуры российского общества, особо актуальным встает вопрос о повышении потребительской грамотности студентов через правовое образование. Сегодня фрагменты правовой культуры включаются в образовательные стандарты, разрабатываются новые правовые учебные дисциплины и так далее. Студент, начинающий свое обучение в колледже приходит из школы. Тема «Потребитель и его права» представлена в курсе «Обществознание» одним уроком в 9-ом классе. В курсе СПО «Право» на тему «Защита прав потребителей» отводится два часа, что явно не достаточно. Ощущается очевидный разрыв между теорией и практикой правового образования.

Отсутствие знаний в области прав потребителя является актуальной проблемой на сегодняшний день. И эта проблема является двусторонней. С одной стороны, выпускники колледжа сами являются потребителями товаров и в любой момент могут стать покупателем некачественной продукции. В этом случае они должны уметь обоснованно отстаивать свои права. С другой стороны, они являются продавцами или производителями товаров и услуг. И их задача, во-первых, не допустить продажи некачественного товара, а во-вторых, в случае конфликта с потребителем, грамотно его разрешить. Для избегания описанных случаев необходимо подготовить грамотных профессионалов.

Актуальность проекта состоит в том, что сегодня у большинства студентов отсутствуют знания и навыки использования своих прав в сфере торговли и услуг. Требуется проведение широкой просветительской и разъяснительной работы среди студентов с целью повышения их знаний о правах и обязанностях в сфере потребительских знаний.

Реализация данного проекта в колледже планируется через организацию «Школы грамотного потребителя». Проект ориентирован на повышение правовой грамотности студентов и их родителей, преподавателей и сотрудников. Полученные знания и навыки помогут будущему специалисту стать компетентным субъектом решения жизненно важных задач, сформируют умения действовать, прогнозируя и осознавая последствия своих действий.

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

**Цель:** формирование знаний о правах потребителей в РФ и умений их практического применения, повышение информационной грамотности в области защиты прав потребителей.

**Задачи проекта:**

а) педагогические:

*Методические* – совершенствовать методическое обеспечение образовательного и воспитательного процесса по учебным дисциплинам.

*Развивающие* – формировать общие и профессиональные компетенции; вырабатывать инициативность; сформировать элементарные умения защиты своих прав в этой отрасли.

*Воспитательные* – продолжить воспитание информационной культуры, инициативности; активизировать творческую деятельность. Создание условий для формирования культуры потребления, самостоятельности и смелости в защите своих прав, грамотного решения конфликтов законным образом.

б) организационные и управленческие – разработать программу и внедрить «Школу грамотного потребителя»; создать творческий и координационный совет студентов; проводить своевременный контроль выполнения графика проекта.

в) информационные – проведение подбора, отбора и распространение среди населения информационной продукции по вопросам потребительских знаний и публикация материалов в средствах массовой информации.

г) социальные - организовать социальное партнерство с региональными органами Роспотребнадзора и Общества защиты прав потребителей, школами, предприятиями сферы торговли и общественного питания, другими заинтересованными лицами; поддержание социального имиджа учебного заведения.

## ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Проект ШГП разработан в целях повышения информационной грамотности в области защиты прав потребителей, а также для формирования условий развития общих и профессиональных компетенции студентов. Школьникам – позволит определиться с профессиональным направлением дальнейшего обучения. Педагогам и родителям - приобрести знания и навыки грамотного потребителя. Представляемый проект является групповым, информационным, практико-ориентированным проектом. Участники проекта – школьники и студенты, родители, преподаватели и сотрудники колледжа.

Описание методики реализации проекта:

1. Проведение для старшеклассников в школах «Уроки потребителя».
2. Проведение открытых уроков и внеаудиторных мероприятий в колледже для студентов и сотрудников с раздачей методических материалов. Организация и участие в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах по данной тематике.
3. Взаимодействие региональными органами Роспотребнадзора и Общества защиты прав потребителей, предприятиями сферы торговли и общественного питания, проведение совместных круглых столов.
4. Вовлечение через социальные сети граждан в процесс изучения в «Школах грамотного потребителя» правовых знаний в сфере потребительского законодательства Российской Федерации.
5. Распространение среди населения информационной продукции по вопросам потребительских знаний и публикация материалов в средствах массовой информации.

Будущему специалисту недостаточно одних только теоретических знаний. Конкуренентоспособность на рынке труда зависит от активности человека, гибкости его мышления, способности к совершенствованию своих знаний и опыта. Умение успешно адаптироваться к постоянно меняющемуся миру является основой социальной успешности. Для студентов проект – это возможность максимального раскрытия своего творческого потенциала. Это деятельность, которая позволяет проявить себя индивидуально или в группе, попробовать свои силы, приложить свои знания, принести пользу, показать публично достигнутый результат.

Работа над проектом предполагает организацию творческих групп, что позволяет преподавателю руководить проектной работой каждого учащегося индивидуально и одновременно обучать всех участников технологии проектной деятельности. Организация работы в форме творческих групп в значительной степени способствует установлению равноправных отношений педагога и студентов как единомышленников, коллег, занятых общим делом. Кроме того, творческие проектные группы дают возможность наладить

сотрудничество студентов в рамках общей работы, в ходе которой происходит естественный обмен знаниями и опытом между ними. Работа над групповым проектом, как и любая групповая работа, позволяет эффективно решать не только учебные, но и специфические воспитательные задачи. Очевидно, что такая организация работы вовлекает в свою орбиту не только студентов, но и педагогов колледжа, что в значительной степени способствует их взаимному профессиональному обогащению.

Программа ШГП носит инновационный характер, так как в системе работы используются нетрадиционные методы и способы развития творчества обучающихся, и включает основные вопросы, дополняющие и углубляющие основной образовательный курс.

Частично-поисковый метод направлен на развитие познавательной активности и самостоятельности. Он заключается в выполнении небольших заданий, решение которых требует самостоятельности.

Тематика и содержание занятий ШГП отражают изменения в законодательстве РФ (торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, защита прав потребителя).

Занятия в ШГП планируется проводить в форме практических работ, изготовлении POS-материалов, ведения бесед, выполнении рефератов, докладов, проведения экскурсий, участия в конкурсах и массовых выступлениях.

Очень важно, что результаты деятельности обучающихся в ШГП становится достоянием всего колледжа, что эта работа носит общественно-полезный характер, находит отражение в организации конкурсов и олимпиад, выставок. Результатом работы ШГП является участие студентов и преподавателей в межмуниципальном конкурсе на лучший информационный материал для потребителей, олимпиаде по основам потребительских знаний, участие в круглом столе «Актуальные проблемы защиты прав потребителей и отечественных производителей».

## ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одной из главных задач ШГП является:

Для студентов: сформировать позитивный имидж отрасли торговля, общественное питание и престижности отраслевых профессий. Правильная организация работы со студентами позволит привлекать их к проведению внеаудиторных мероприятий в колледже, организации и участию в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах по данной тематике, различным акциям, например фото мониторингу нарушений в сфере торговли и общественное питание. Участие студентов в образовательных мероприятиях, позволит сочетать отдых с их профессиональным ориентированием на получение образования и дальнейшее построение карьеры. Студенты получают навыки грамотного потребителя и еще одну возможность дальнейшей самореализации.

Школьникам - позволит определиться с профессиональным направлением дальнейшего обучения, а также получить навыки грамотного потребителя.

Предлагаемая программа ШГП имеет профессиональную направленность, предполагает развитие интереса и расширение кругозора для профессиональной деятельности.

Программа рассчитана на обучающихся колледжа с 1 по 3 курс. План работы составляется ежегодно, на курс обучения. Занятия ШГП проводится по плану, разработанному руководителем и одобренному ЦМК с учетом графика учебного процесса учебного заведения. Программой предусматривается работа ШГП 1 раз в месяц, это 10 занятий в год. Продолжительность занятий 1,5 – 2 часа. Помимо этого участники ШГП привлекаются дополнительно при подготовке каких-либо внеклассных мероприятий: предметной недели, конкурсов, экскурсий. Основной объем времени занятий – практические упражнения.

Характеристика проекта:

- по виду деятельности – практико-ориентированный;
- по содержанию – включает в процесс профессиональной деятельности;
- по характеру участия обучающегося в проекте – исполнитель и непосредственный участник;
- по количеству участников – групповой (10-15 чел.);
- по продолжительности – долгосрочный.

Организация работы ШГП строится на принципах:

развития – индивидуальных, интеллектуальных, творческих и социальных способностей обучающегося и руководителя путем взаимодействия;

личной причастности – каждый имеет возможность проявить себя в деле в ходе выполнения занятий;

доступности – подбираются задания с учетом возможностей участников ШГП;

сотрудничества – объединение интересов и взаимодействия участников ШГП;

неповторимости – темы занятий ШГП подобраны с учетом требований дня, новых направлений в профессиональной деятельности, что обучающиеся не могут получить, выполнить в ходе теоретических занятий.

Для организации проекта необходимо провести большую и кропотливую работу. В этой работе начинание всей деятельности происходит от задумки, «идеи» руководителя ШГП. При этом следует помнить и учитывать цель, поставленную перед образовательным заведением.

Определив тематику занятий, важно продумать и их содержание. Результат взаимодействия должен быть интересен и результативен для обеих сторон: участников – обучающихся и руководителя ШГП.

Возможное участие в проекте:

1. Войти в состав Рабочей группы проекта и предложить свои идеи;
2. Участвовать в разработке учебных и информационно-просветительских материалов;
3. Стать экспертом/лектором проекта в колледже;
4. Принимать участие в мероприятиях проекта.

СРОКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА: сентябрь 2017 г.- май 2019 года

ПЕРСПЕКТИВЫ

Проект долгосрочный и, главное, перспективный: он дает возможность вовлекать в это инновационное пространство большую аудиторию, интегрировать образовательный процесс и делать его непрерывным.



## ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

По окончании обучения студенты должны уметь:

- применять правовые нормы на практике;
- компетентно работать с документами для защиты своих прав;
- составлять претензии, исковые заявления для защиты потребительских прав;
- аргументировать свою позицию;
- составлять тезисы, участвовать в ролевых играх по разрешению деловых ситуаций.

Самый главный результат – это получение продукта, элементов оформления работ занятий ШГП (учебных материалов): основные права потребителя, экологическая маркировка (экомаркировка), штрих-код и его расшифровка, знаки соответствия, список опасных и безопасных Е-кодов продуктов питания, «Когда необходима экспертиза?», «Нужно ли оплачивать сломанный в магазине товар?», «Пять шагов в защиту своих прав», знаки ухода за одеждой и другие.

Работы, выполненные студентами, демонстрируются обучающимся и педколлективу, родителям и работодателям. Таким образом, повышается имидж учебного заведения.

Педагог, руководитель ШГП, в результате проведенных занятий, совершенствует свое мастерство.

### Оценка рисков и меры, запланированные для их минимизации

В ходе реализации проекта допустимы риски и неопределенности.

Риски проекта	Меры для минимизации рисков
1. Психологическая неготовность студентов к проектной деятельности.	Диагностика готовности различных категорий участников к реализации проекта
2. Дробление коллектива группы, возникновение конкурентной борьбы, межличностных напряжений.	Развитие кооперативных связей, формирование пространства общих смыслов проектной деятельности.
3. Значительное возрастание нагрузки на педагога.	Сбор данных и создание банка методических рекомендаций.
4. Рост перегрузки студентов	Мониторинги дозировки проектных мероприятий, организации учебного дня. Координация расписаний учебных занятий, консультаций, занятий ШГП.
5. Не желание студентов участвовать в реализации проекта.	Создание мотивации, возможностью реализации своих творческих потенциалов и представления результатов своей деятельности на широкую аудиторию.

## РАБОЧИЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Этапы реализации проекта:

1. Прогностический (декабрь 2016) - Разработка проекта. Постановка целей и задач проекта. Определение критериев и показателей оценки эффективности деятельности ШГП.

2. Организационный (январь 2016- сентябрь 2017) - обеспечение условий для реализации проекта, подготовка материальной базы, финансовое обеспечение, распределение функций, организация методического обеспечения проекта.

3. Практический (сентябрь 2017 г.- май 2019) - Осуществление мероприятий, заложенных в проекте, создание благоприятных и необходимых условий, реализация новых технологий (методика, система мер), за счет которых ожидается повышение эффективности и результативности работы ШГП.

4. Обобщающий (июнь 2019) - Мониторинг результатов проекта. Сбор данных развития личностной, социальной, профессиональной, культуры студентов после реализации проекта. Соотнесение результатов проекта с поставленными целями и задачами.

Составление отчета.

Организация PR – сопровождения реализации проекта. Распространение опыта работы ШГП в образовательном процессе колледжа.

Сводный тематический план занятий  
«Школы грамотного потребителя» на 2017- 2018 учебный год.

№	Темы занятий	Количество часов
1	Основные понятия в области защиты прав потребителей	2
2	Информация об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товаре	2
3	Права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) по обеспечению надлежащего качества товаров (работ, услуг)	2
4	Советы потребителю в случае приобретения товаров ненадлежащего качества	2
5	Советы потребителю при обмене товара надлежащего качества	2
6	Защита прав потребителя при выполнении работ (оказании услуг)	2
7	Деловая игра «Права потребителя»	2
8	Государственная и общественная защита прав потребителя	2
9	Штриховой код потребительского товара	2
10	Подведение итогов работы школы Презентации «Остров потребления»	2
	Всего	20

## РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Для обеспечения выполнения проекта, прежде всего, необходимы условия:

### 1. Организационные

(для осуществления проекта создан актив группы в составе 5 человек, наиболее заинтересованных в реализации проекта, определен круг вопросов, которые необходимо разрешить и период подготовки, место проведения )

### 2. Информационные

(подбор необходимой информации для выполнения для проекта, отработки упражнений, предварительная работа с активом, обсуждение и отбор, выставка готовых учебных материалов)

### 3. Методические

(создание памяток - инструкций, рекомендаций по выполнению, сценарий занятия, презентации)

### 4. Материально – технические ресурсы.

Занятия ШГП планируется осуществлять на базе кабинетов колледжа, которые соответствуют современным санитарно-гигиеническим и методическим требованиям.

Современное оснащение кабинетов является основным ресурсом для применения во внеурочной деятельности информационно-коммуникативных средств обучения, призванных создать условия для освоения студентами навыков самостоятельной познавательной деятельности.

В кабинете создается банк дидактических материалов, специально подбирается библиотека справочной и методической литературы на печатных и электронных носителях.

Реализация проекта ведется при правовой, технической поддержке администрации филиала колледжа. Ресурсное обеспечение проекта осуществляется за счет средств партеров направления, привлекаемых на добровольной основе.

### Материально-техническое обеспечение педагогического проекта

<i>№</i>	<i>Наименование имеющегося оборудования</i>	<i>Количество (ед)</i>
	<b>Оборудование, инструменты</b>	
1	Компьютер комплект (монитор, системный блок, мышь, клавиатура)	1
2	Проекционный экран	1
3	Мультимедиа- проектор	1
4	МФУ (принтер, сканер, копир)	1
5	Фотоаппарат цифровой	1

**Смета (бюджет) возможных затрат на реализацию педагогического проекта**

<i>№</i>	<i>Статья расходов</i>	<i>Всего средств</i>	<i>Собственные средства</i>	<i>Привлеченные средства</i>
	<b>Расходные материалы и канцелярские принадлежности</b>			
	Тонер-картридж	3 500-00		3 500-00
	Бумага ксероксная	300-00		300-00
	Канцелярские принадлежности	200-00		200-00
	<i>итого</i>	4000-00		4000-00

## ОСНОВНЫЕ РИСКИ ПРОЕКТА И ПУТИ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

№ п/п	Основные риски проекта	Пути их минимизации
1.	Отсутствие финансирования не позволит создать необходимые условия реализации проекта.	Привлечение спонсоров
2.	Невысокая активность студентов и педагогических работников	Реализация мероприятий по мотивации и стимулированию студентов и педагогических работников
3.	Недостаточный уровень активности родительской общественности.	Проведение родительских собраний, Дней открытых дверей, создание ситуации успеха для студентов и родителей.
4.	Невыполнение Плана запланированных мероприятий проекта.	Проведение промежуточного мониторинга реализации проекта, корректировка планов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бухаркина М.Ю.* Разработка учебного проекта. – М.:«Академия», 2013.- 44 с.
2. *Голуб Г.Б., Чуракова О.В.* Методические рекомендации «Метод проектов как технология формирования ключевых компетентностей учащихся».– Самара, 2013. – 87с.
3. *Гузев В. В.* «Метод проектов» как частный случай интегративной технологии обучения //Директор школы. 2015. № 6.
4. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: Учебное пособие / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, М. В. Моисеева, А. Е. Петров; под ред. Е. С. Полат. — М.: «Академия»,2014. – 125 с.
5. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: Учебное пособие / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, — М.:Издательский центр «Академия», 2014.- 205 с.
6. *Ступницкая М.А.* Новые педагогические технологии. Учимся работать над проектами. Рекомендации для учащихся, учителей и родителей. – Ярославль: Академия развития, 2016.-106 с.

**СЦЕНАРИИ ДЕЛОВЫХ ИГР, ВИКТОРИН,  
КОНКУРСОВ, ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННЫХ ЗАНЯТИЙ**

**1. СЦЕНАРИЙ ИГРЫ «СЧАСТЛИВЫЙ СЛУЧАЙ»**

Итоговый контроль знаний по Закону «О защите прав потребителей» можно провести по типу телевизионной игры «Счастливый случай». Общее время проведения игры зависит от контингента обучающихся.

Группа обучающихся делится на две команды. Работает жюри, ведет викторину ведущий (не обязательно преподаватель).

В самом начале занятия проводится инструктаж, где объясняется цель занятия, содержание, организация проведения и порядок подведения итогов.

Командам предлагается вытянуть жребий, чтобы выяснить, кто начинает первым.

В первом гейме (разминка) обучающимся предлагаются вопросы (по 4 каждой команде), ответ должен быть моментальным, его может дать любой член команды. За каждый правильный ответ – 1 очко. (**Приложение 1**)

Второй гейм «Ты — мне, я — тебе». Условие игры: командам дано домашнее задание: подготовить по пять вопросов. Каждый участник команды задает по одному вопросу участнику другой команды. За правильный ответ команда получает одно очко. Если ответ был неправильный или ответ не был дан, то очко получает задающая вопрос команда.

В случае подсказки с команды снимается очко. Начинает команда, получившая в первом гейме большее количество очков.

Домашнее задание может быть и другого варианта. Например, реклама товара, включая информацию и его демонстрацию. Для оценки учитывается актуальность темы, соответствие содержания требованиям законов «О рекламе», «О защите прав потребителей», оригинальность, оформление и защита.

В третьем гейме за 10 минут предлагается ответить на максимальное количество вопросов, охватывающих все четыре раздела Закона РФ. В качестве примера приводит вопросы по 2-му разделу, а также ответы на них для счетной комиссии (**Приложение 2**). Этот гейм осуществляется в виде фронтального опроса, проверяющего знания каждого участника игры.

Учитывается время, точность ответов, количество правильных ответов. За каждый правильный ответ — 2 очка.

Четвертый гейм представлен ситуационными задачами, которые требуют коллективной выработки ответов. Примерные ситуации и их решение см. в **Приложении 3**.

За правильное решение каждой ситуации — 3 очка.

В конце игры жюри определяет итоговую оценку, команду-победительницу и оценки отдельным участникам игры.

Приложение 1

**ВОПРОСЫ ДЛЯ РАЗМИНКИ**

1. Верно ли, что импортные порошки лучше российских?
2. По каким показателям можно отличить искусственную кожу?
3. Что значит «старый чай»?
4. Назовите коды Китая и Польши.

1. Неслыханное происходит на автомобильном рынке США: покупатели записываются в очередь на машины.

О каких моделях идет речь?

2. В центре лечебного питания изобрели исцеляющий хлеб.

Как вы думаете, из чего он сделан?

3. В результате игры оборот «Пепси» в России увеличился более чем на 60%.

Имеют ли покупатели как участники «пепсимиллиомании» права потребителя?

4. Какими продуктами и добавками ароматизируют чай?

**ОТВЕТЫ К РАЗМИНКЕ**

1. Импортные порошки красиво упакованы, приятно пахнут, не пылят, значит, в меньшей степени могут вызвать аллергию.

Мнение специалиста: они отличаются друг от друга только рекламой.

Качество стирки не зависит от торговой марки.

2. При соприкосновении с кожей ладонь запотевают, не пропускает влагу; нога запотевают, обувь не изнашивается и не принимает форму ноги; плохо поддается формовке, при носке появляются складки.
3. Возраст с момента уборки превышает год-два; настой темно-коричневый, иногда мутный; вкус — горьковатый и затхлый; аромат — древесный, говорят «пахнет сеном».
4. Китай — 690, Польша — 590.
  1. Джип-Чероки, Джип-Грант-Чероки,
  2. Из цельного пшеничного зерна, предварительно пророщенного.
  3. По правилам гражданского законодательства игры и пари не устанавливают прав и обязанностей сторон, за исключением случаев наличия лицензии на сделки. Кроме того, Закон «О рекламе» запрещает рекламу, которая вводит в заблуждение относительно рекламируемого товара, злоупотребляет доверием покупателей, не содержит информации об условиях игры..
  4. Травами, сухими фруктами, эфирными маслами фруктов, эссенциями (искусственные ароматизаторы).

Приложение 2

### *ВОПРОСЫ*

#### **по применению Закона «О защите прав потребителей»\***

1. Покупатель приобрел стиральную машину иностранного производства. Инструкции на русском языке нет. Как установить программу для работы машины, покупатель не знает. Что делать покупателю?
2. Сроки предъявления требований по недостаткам товаров с гарантийными сроками службы.
3. С какого дня исчисляется гарантийный срок на товары?
4. Может ли покупатель получить чек на купленные товары в продовольственном магазине?
5. Гражданский процессуальный кодекс России предусматривает два новых вида судебных постановлений. Назовите их.
  1. Права покупателя при продаже ему товара ненадлежащего качества.
  2. Сроки для замены товара ненадлежащего качества.
  3. Права потребителей по устранению недостатков в купленном товаре.
  4. Может ли покупательница обменять не подошедшую по фасону блузку?
  5. Случаи применения неустойки в размере 1% за просрочку исполнения требований потребителя.

### *ОТВЕТЫ*

#### на вопросы по **применению Закона «О защите прав потребителей»**

1. В данном случае магазин не предоставил полную информацию о товаре. Товар не может быть использован по назначению. Покупатель вправе потребовать предоставления надлежащей информации и, если в согласованный срок информация не будет предоставлена, расторгнуть договор и потребовать возврата уплаченной суммы (ст. ст. 10, 18).
2. В течение гарантийного срока службы: по истечении гарантийного срока в случае выявления существенных недостатков; в течение установленного срока службы товара, а если он не установлен — в течение десяти лет (ст. 19).
3. Со дня продажи товара потребителю (ст. 18).
4. Да, на основании ст. 18 Закона «О защите прав потребителей» по требованию потребителя продавец обязан выдавать товарный чек или иной документ, удостоверяющий факт покупки. Судебный приказ имеет силу исполнительного листа. Заочное решение выносится в случае неявки без уважительных причин ответчика (ГПК).

### *ОТВЕТЫ*

#### на вопросы по **применению Закона «О защите прав потребителей»**

1. Безвозмездного устранения недостатков или возмещения расходов на устранение, уменьшение покупной цены, замены на аналогичный товар или другой марки, расторжение договора купли-продажи (ст. 18).



2. В семидневный срок со дня предъявления требований покупателя; в двадцатидневный срок, если требуется дополнительная проверка качества; в течение месяца, если товар для обмена отсутствует (ст. 21).
3. Срок устранения недостатков — 20 дней со дня предъявления требований потребителей; по требованию потребителя в семидневный срок безвозмездно на период ремонта товара длительного пользования получить аналогичный товар для пользования; гарантийный срок продлить на период ремонта (ст. 20).
4. Потребитель имеет право обменять (не вернуть) непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар в магазине, где его приобретали. Данное право сохраняется в течение четырнадцати дней со дня покупки. Товар должен иметь первоначальный вид, фабричный ярлык (ст. 25).
5. При нарушении срока замены некачественного товара; не предоставлении аналогичного товара на период замены; нарушении срока ремонта; не возмещении в установленный срок расходов на исправление недостатков потребителем, а также при не возмещении убытков, связанных с расторжением договора купли-продажи (ст. 23).

### Приложение 3

#### **СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ**

1. 30 ноября 2008 г. в фирме «Самсунг» П.С.Иванов купил импортную посудомоечную машину Аристо-457. В январе 2009 г. машина вышла из строя, и П. С. Иванов сдал ее в магазин на гарантийное обслуживание под расписку, но прошло полгода, а машину не вернули. Какие права имеет покупатель в данном случае?
2. Поступает много жалоб от покупателей телевизоров «Панасоник», «Сони», видеокассет, которым при покупке вручаются инструкции на разных иностранных языках. В чем заключаются обязанности продавца? Какие права имеют покупатели в данных ситуациях?
3. Компьютер сломался в течение гарантийного срока. Покупатель обратился в магазин с просьбой о замене.

Продавец согласился заменить компьютер в течение месяца со дня обращения покупателя в магазин.

Проанализируйте соблюдение прав покупателя по срокам замены.

4. 20 февраля 1998 г. В.И.Сидорова сдала в мастерскую по ремонту обуви туфли, заплатила за ремонт 200 руб. Когда в назначенный день Сидорова пришла за своей обувью, выяснилось, что туфли утеряны. Стоимость утерянных туфель работники мастерской возместить отказались. Определить права В. И. Сидоровой по закону «О защите прав потребителей».

5. У покупателя автомобиля ВАЗ А.А.Сергиенко возникли проблемы с купленным автомобилем до истечения гарантийного срока. Он обратился в автосервис с просьбой провести гарантийный ремонт. Ремонт длился более четырех месяцев. А.А.Сергиенко решил воспользоваться своими правами потребителя и заменить автомобиль на аналогичный.

Определить права покупателя и обязанности продавца (изготовителя) в данной ситуации.

#### **РЕШЕНИЕ**

1. Если товар сдается для ремонта в тот магазин, где он был приобретен, то согласно ст. 20 Закона РФ «О защите прав потребителя» срок ремонта определяется в 20 дней. Если же магазин задерживает ремонт, потребитель имеет право в письменном виде самостоятельно назначить новый срок исполнения взятой на себя магазином услуги, а также потребовать выплаты неустойки в размере 1% от стоимости товара за каждый день просрочки свыше первоначальных 20 дней в соответствии со ст. 23 указанного Закона.

2. Согласно ст. 10 Закона РФ «О защите прав потребителей» продавец обязан своевременно предоставить потребителю необходимую и достоверную информацию. В данном случае условие не было выполнено, ибо в п. 22 Постановления № 7 Верховного суда РФ от 29 сентября 1994 г. записано, что предоставление информации о товаре на иностранном языке без перевода следует расценивать как не предоставление необходимой информации. Если отсутствие инструкции на русском языке повлечет порчу товара, то покупатель вправе по своему выбору потребовать согласно ст. 18 Закона «О защите прав потребителя»

— безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление; соразмерного уменьшения покупной цены;

замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);

— замены на такой же товар другой марки с соответствующим пересчетом покупной цены.

3. Согласно ст. 21 Закона РФ «О защите прав потребителей» в случае обнаружения потребителем недостатков товара продавец обязан заменить товар в семидневный срок, а при необходимости дополнительной проверки качества такого товара продавцом — в течение двадцати дней со дня предъявления требования. При отсутствии у продавца необходимого для замены товара на день предъявления указанного требования продавец должен заменить товар в течение месяца. Согласно ст. 23 Закона «О защите прав потребителей» за нарушение указанных сроков продавец обязан уплатить потребителю неустойку в размере одного процента от стоимости товара за каждый день.

4. На основании ст. 35 Закона РФ «О защите прав потребителей», в силу которой за утрату или повреждение вещи, принятой от потребителя (в данном случае для ремонта), исполнитель обязан возместить клиенту двукратную стоимость вещи или в трехдневный срок представить аналогичную.

5. Согласно Правилам продажи автотранспортных средств п.п. 10, 11 устранение недостатков должно быть произведено безвозмездно в срок не более 10 дней изготовителем (предприятием, выполняющим его функции) с момента предъявления владельцем автотранспортного средства требования об устранении недостатков.

У покупателя есть право по его выбору: обменять автомобиль на аналогичный или другой марки с пересчетом покупной цены или расторгнуть договор купли-продажи и вернуть деньги. Указанные требования применяются к продавцу транспортных средств. При отказе в его требовании А. А. Сергиенко имеет право обратиться в суд.

## **СЦЕНАРИЙ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ ПО ТЕМЕ «ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ ИХ ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ЗАЩИТА»**

*Для проведения учебной деловой игры выбран супермаркет, магазин самообслуживания, торгующий преимущественно продовольственными товарами. Маркетинговый отдел планирует провести семинар с персоналом магазина по применению Закона РФ «О защите прав потребителей».*

*Цель семинара:*

- 1. Раскрыть через содержание Закона «О защите прав потребителей» истинное отношение к профессиональному долгу и профессиональной чести продавца (изготовителя, исполнителя товара).*
- 2. Повысить профессиональные навыки работников магазина по применению Закона «О защите прав потребителей» в практике организации торгового обслуживания.*
- 3. Выработать навыки максимальной заботы о потребителе на основе анализа конкретных ситуаций «Покупатель — продавец».*
- 4. Создать благоприятный имидж компании по высокому качеству сервисного обслуживания потребителей.*

*Участники игры и их функции*

***1 этап игры. Разыгрывание ролей.***

*Группа делится на 4-5 подгрупп, разыгрывающих роли специалистов маркетингового отдела.*

*Структура маркетингового отдела:*

*менеджер-коммерсант (коммерческий директор);*

*менеджер-администратор;*

*менеджер персонала;*

*юрист.*

Особенности и некоторые качества личности данных специалистов

***Менеджер-коммерсант*** (коммерческий директор) управляет всеми процессами реализации товаров. В его функции входит: продажа и сбыт, содействие продаже, реклама, работа по связям с потребителем, транспортировка, пред- и послепродажное обслуживание. Необходимые качества: гибкость; умение рисковать; творческое, нестандартное мышление; принципиальность и высокие моральные качества; умение убеждать; влиять на окружающих; добиваться доверия; коммуникабельность.

**Менеджер-администратор** организует работу плановых и бухгалтерских служб, планирует ее, управляет коллективом и поддерживает высокую дисциплину труда. Наиболее важные качества: педантизм, организованность, развитый самоконтроль и дисциплина, лидерские качества.

**Менеджер-персонала.** В его обязанности входит работа с персоналом магазина. Он должен: четко сформулировать задачи; создать команду для их решения; проследить, чтобы задачи дошли до конкретных исполнителей; следить за обучением персонала; организовывать контроль внутри фирмы; разрешать конфликтные ситуации и т. д. Наиболее необходимые качества: доброта; умение ценить индивидуальность и эрудицию в людях; знание людей; совместимость с другими людьми.

Перечисленные качества личности и содержание работы маркетингового отдела совпадают с требованиями вашей квалификационной характеристики. Надеемся, что деловая игра поможет вам повторить и углубить теоретически знания и умения, применить их к практической деятельности, выработать умения постановки и решения задач в самостоятельной работе; будет способствовать развитию таких качеств как: профессионализм, информированность, творческая активность и инициатива, умение убеждать, умение ценить индивидуальность и эрудицию в людях, ответственность за результаты работы.

Дидактические материалы по обеспечению деловой игры:

Закон РФ «О защите прав потребителей» в редакции от 09.01.96 г. Закон РФ «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс (ГПК) РСФСР», 1996 г.

Правила продажи различных групп товаров.

Задания, ситуации.

Консультации.

Ход деловой игры

Группа разделена на 4 подгруппы, которые выполняют задания согласно выбранной роли. В ходе деловой игры преподаватель непосредственно в игре не участвует, не вмешивается в ее ход.

Особенностью деловой игры является самонастрой и самообучение. В ходе поиска решения студенты могут пользоваться советами и консультациями преподавателя, дидактическими материалами. Разработанные варианты решений публично защищаются в группе. Участие нескольких соревнующихся групп в разработке одной и той же проблемы вызывает дискуссию участников игры по поводу каждого решения.

Анализ результатов деловой игры и подведение итогов

Занятие по разыгрыванию ролей заканчивается анализом преподавателем итогов игры, действий каждой группы и отдельных участников. Главное в обсуждении — обмен мнениями, итоговое обсуждение.

В завершение деловой игры каждому участнику выставляется оценка.

## ЗАДАНИЕ № 1

Как менеджер-администратор подготовьте консультацию для покупателей по качеству и потребительским свойствам соков, минеральных вод.

1. Дайте разъяснения по применению статьи «Качество товаров», исходя из содержания Закона.
2. В продаже имеется большой ассортимент фруктовых и овощных соков.  
Как отличить натуральные соки от напитков?
3. В магазинах появилось большое количество разнообразной импортной минеральной воды, но на русском языке не указано, для каких целей эта вода применяется.  
Как разобраться?
4. Определите обязанности продавца соков и минеральной воды по предоставлению информации о товаре и изготовителе на основе предложенных образцов.
5. Какие безалкогольные напитки отечественного производства наиболее полезны для здоровья человека?  
Приведите примеры.

## ЗАДАНИЕ № 2

Как юрист отдела маркетинга определите стратегию по защите прав потребителей, принятию обоснованных конкретных решений при возникновении конфликтных ситуаций и достижению компромисса. Для разработки стратегии работы проанализируйте следующую ситуацию поставив себя на место покупателя. Допустим, вы купили холодильник, и в течение гарантийного срока он у вас сломался. Если вы не сомневаетесь, что поломка произошла не по вашей вине, то можете обратиться в магазин, где купили холодильник, с заявлением

1. Какие последствия продажи товаров с недостатками определены Законом? Если администратор магазина в информации для покупателя разместил объявление «Проданный товар не обменивается и возврату не подлежит», как можно оценить это объявление с точки зрения Закона?

2. Составьте перечень товаров, которые не обмениваются.

3. Что более предпочтительно для покупателя — возврат денег или замена, почему? Разъясните условия замены товара.

4. Оформите заявление с просьбой о возврате или замене.

5. Если покупатель не удовлетворен действиями администрации по срокам замены товара и неуважительным и даже оскорбительным отношением к нему. Какие аргументы можно привести в разговоре с покупателем по урегулированию конфликта в досудебном порядке?

6. Определите права и обязанности покупателя при обращении в суд.

7. Составьте текст искового заявления.

8. Определите юридические последствия подписания мирного соглашения для покупателя и магазина.

9. Если ответчик не является в суд, может ли судья рассматривать дело без него?

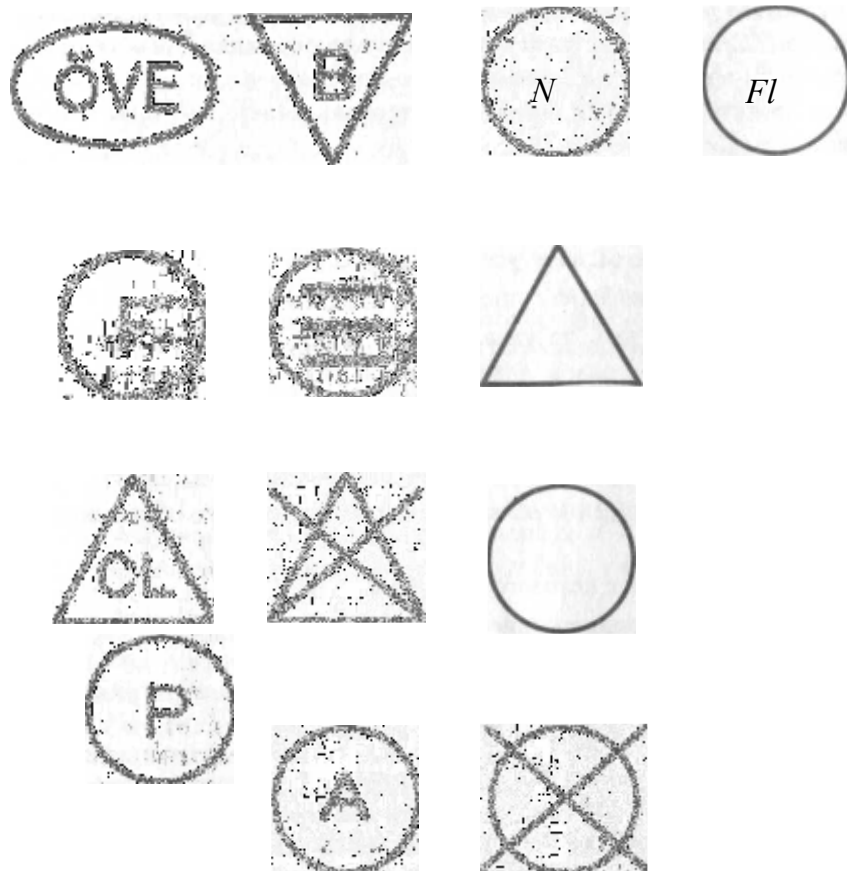
### ЗАДАНИЕ № 3

Как менеджер магазина окажите помощь покупателям в расшифровке различных видов маркировки (штриховой, буквенной, цифровой), которая наносится на упаковку отечественных и импортных товаров.

1. Расшифруйте код товаров по абзацам и следующим номерам: 50180441181834; 8009647000666.

2. Как можно использовать информацию штрихового кода?

3. Расшифруйте некоторые знаки качества и специальной маркировки.



4. Охарактеризуйте порядок получения кода предприятиями любой формы собственности.

Приведите примеры нанесения других видов маркировки, обоснуйте целесообразность их использования.

#### ЗАДАНИЕ № 4

*Как менеджер-коммерсант подготовьте информацию для персонала и покупателей магазина о пищевых добавках, их происхождении, классификации, разрешенных и запрещенных химических веществах в производстве товаров.*

*В сознании многих покупателей укрепилась информация о том, что на наш рынок поступают продукты, содержащие запрещенные пищевые добавки, которые вызывают различные заболевания, от сыпи и расстройства желудка до рака.*

*Например, шоколадный батончик «Баунти» содержит добавки: E-322, E-422, E-471; джем клубничный (штриховой код 64168120800279) содержит добавки: E-440, E-330, E-221, E-202.*

- 1. Расшифруйте перечисленные индексы, сделайте заключение о целесообразности использования данных пищевых добавок в производстве.*
- 2. Какие организации дают разрешение на применение в производстве природных соединений и химических веществ?*
- 3. Можно ли верить рекламе, утверждающей, что жевательная резинка «Стиморол» без сахара с ксилитом защищает от кариеса?*
- 4. Чем можно объяснить профилактическое воздействие сахарозаменителей — ксилита и сорбита в жевательных резинках?*
- 5. В некоторых жевательных резинках для детей стран Южной Африки, Турции, Испании используют бутадиев — стирольный каучук.  
Ваше отношение к закупке и реализации данной продукции?*
- 6. Какие добавки запрещены к применению в пищевой промышленности? Почему?*