

Урок по теме: «Права потребителя и их законодательная защита»

Лариса БОРОДИНА, учительница гимназии № 1 г. Балашихи

Цель урока:

Используя знание закона «О защите прав потребителя», научить школьников защищать свои права, воспитать культуру потребления.

Ход урока

I этап. Распределение ролей

- Класс делится на 4 группы, разыгрывающие роли различных специалистов.

Группы выбирают себе названия торговых организаций (они выписываются на карточках и прикрепляются к столам).

- Для проведения учебной деловой игры выбран супермаркет, магазин самообслуживания, торгующий преимущественно продовольственными товарами.

Задача: маркетинговый отдел планирует семинар с персоналом магазина по применению Закона РФ «О защите прав потребителей».

- Структура маркетингового отдела:
коммерческий директор,
менеджер-администратор,
менеджер персонала,
юрист.

II этап. Самостоятельная работа

В ходе деловой игры преподаватель в ней не участвует, не вмешивается в её ход. Особенность деловой игры — самообучение. В ходе поиска решения школьники могут пользоваться советами и консультациями преподавателя, дополнительными материалами. Разработанные варианты решений публично защищаются в группе. Соревнующиеся группы разрабатывают одну и ту же проблему, обсуждение её проходит в форме дискуссии участников игры, каждый предлагает своё решение.

Особенности и некоторые характеристики специалистов, перечисленные на карточках, раздаются на столы учащимся.

Учитель: Перечисленные качества сотрудников супермаркета и содержание работы маркетингового отдела совпадают с вашими требованиями. Деловая игра поможет нам повторить теоретические знания, укрепить умения самостоятельно принимать решения, ставить задачи, послужит информированности творческой активности и инициативе, умению убеждать, ценить индивидуальность и эрудицию в людях, ответственность за результаты работы.

Коммерческий директор управляет всеми процессами реализации товаров. В его функции входит продажа и сбыт, содействие продаже, реклама, работа по связям с потребителями, транспортировка, пред- и послепродажное обслуживание.

Необходимые качества: гибкость; способность 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 её, управляет коллективом и поддерживает высокую дисциплину труда. Наиболее значимые качества: педантизм, организованность, развитый самоконтроль и дисциплина,

лидерские способности.

Менеджер персонала. В его обязанности входит работа с сотрудниками магазина. Он должен чётко сформулировать задачи; создать команду для их решения; проследить, чтобы задачи поняли все исполнители; 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 коллегами, коммуникативная культура.

Юрист. Его функции достаточно ясны: быть на страже прав людей и закона.

Дидактические материалы по обеспечению деловой игры:

Закон РФ «О защите прав потребителей» в редакции от 09.01.96 г.

Правила продажи различных групп товаров.

Задания, ситуации.

Консультации.

Оформление кабинета: парты расставлены по периметру класса, увеличенные в масштабе задания размещены в классе, к доске прикреплены листы с необходимой информацией.

III этап. Публичная защита вариантов решений

Задание 1

Как менеджер-администратор подготовьте консультацию для покупателей по качеству потребительских товаров.

- Дайте разъяснения по применению статьи «Качество товаров», исходя из содержания Закона.
- Какие права имеет потребитель при продаже товара ненадлежащего качества?
- В продаже имеется большой ассортимент фруктовых и овощных соков. Как отличить натуральные соки от напитков?
- Определите по образцам, из чего сделаны напитки?
- В магазинах появилось большое количество разнообразной импортной минеральной воды, но на русском языке не указано, для каких целей эта вода применяется. Как поступить?
- Определите обязанности продавца соков и минеральной воды по предоставлению информации о товаре и изготовителе.
- В какой срок должны быть устранены недостатки, обнаруженные в товаре?

Задание 2

Как юрист отдела маркетинга определите стратегию по защите прав потребителей, принятию обоснованных 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.

- 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?
- Золотое кольцо не подошло по размеру? Как его можно поменять?
- Составьте перечень товаров, которые не обмениваются.
- Что более предпочтительно для покупателя: возврат денег или замена? Почему? Разъясните условия замены товара.
- Если покупатель не удовлетворён действиями администрации по срокам замены товара и неуважительным или даже оскорбительным отношением к нему, какие аргументы можно привести в разговоре с покупателем по урегулированию конфликта в досудебном порядке?
- Определите юридические последствия подписания мирного соглашения для покупателя и магазина.
- Покупатель приобрёл часы по цене 800 рублей. Через 6 месяцев обнаружился произ-

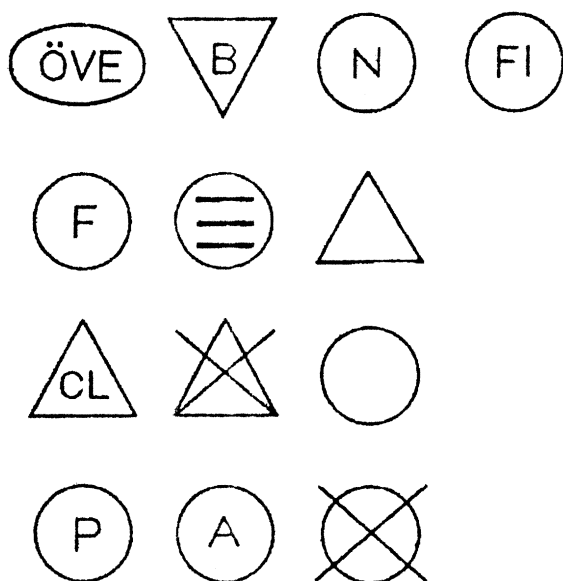
водственный брак, подтверждённый справкой из мастерской. Цена часов в момент возврата 1000 рублей. Как разрешить ситуацию?

Задание 3

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

Ученик делает сообщение, подготовленное дома «Штриховой код потребительского товара»

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. Приведите примеры других видов маркировки, обоснуйте целесообразность их использования.
5. Какие знаки соответствуют российскому стандарту?



Задание 4

Как коммерческий директор подготовьте информацию для персонала и покупателей магазина о пищевых добавках, их происхождении, классификации, разрешённых и запрещённых химических веществах в производстве товаров. В сознании многих покупателей укрепились представления о том, что на наш рынок поступают продукты, содержащие запрещённые пищевые добавки, которые вызывают различные заболевания, от сыпи до расстройства желудка и рака.

Ученик делает сообщение, подготовленное дома «Так ли страшен индекс E?»

На доске информация о запрещённых в России пищевых добавках.

Например, шоколадный батончик «Баунти» содержит добавки: E-322, E-422, E-471; джем клубничный (штриховой код 64168120800) содержит добавки: E-440, E-330, E-221, E-202.

- Расшифруйте перечисленные индексы, сделайте заключение о допустимости использования этих пищевых добавок в производстве.
- Какие организации дают разрешение на применение в производстве природных соединений и химических веществ?
- Можно ли верить рекламе, утверждающей, что жевательная резинка «Стиморол» без сахара с ксилитом защищает от кариеса?
- Чем можно объяснить профилактическое воздействие сахарозаменителей — ксилита и сорбита — в жевательных резинках?

- В некоторых жевательных резинках для детей стран Южной Африки, Испании используют бутадиев — стирольный каучук. Ваше отношение к закупке и реализации данной продукции?

Ученик делает сообщение, подготовленное дома «Какой вред может нанести жевательная резинка?»

- Какие добавки запрещены к применению в пищевой промышленности? Почему?

На доске информация о запрещённых в России пищевых добавках.

IV этап. Анализ результатов деловой игры и подведение итогов.

Занятие заканчивается анализом действий каждой группы и отдельных участников, подведением итогов игры. Оценивать знания можно при помощи карточек с нанесёнными на них баллами 3, 4, 5. Главное в обсуждении — обмен мнениями. В завершение деловой игры каждому участнику выставляется отметка. Результаты оценивания вывешиваются на доске.

Московская область