

государственное бюджетное общеобразовательное учреждение Самарской области  
средняя общеобразовательная школа с. Герасимовка  
муниципального района Алексеевский Самарской области

Проверено  
Заместитель директора по УР  
Герасимовка  
 /Е.Е. Некрылова/  
«31» августа 2021г.



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБОУ СОШ с.  
Герасимовка  
 /Н.А. Саяпина/  
Приказ № 383 от «31» августа 2021г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование предмета, курса	Элективный курс «Основы потребительской культуры»				
Уровень образования, классы	Среднее общее образование, 10 класс				
Сроки реализации программы	1 год				
Количество часов по плану внеурочной деятельности	10 класс			...	
- в год	34				
Составитель программы	Зотова Наталия Виталиевна, учитель				
Год составления программы	2021				

Принято  
на педагогическом совете  
ГБОУ СОШ с. Герасимовка  
Протокол от 30.08.2021 № 1

## **Пояснительная записка**

Рабочая программа по элективному курсу «Основы потребительской культуры» для 10 класса на 2021 – 2022 учебный год составлена на основе рабочей программы по элективному курсу «Основы потребительской культуры» для 10-11 классов, разработанной авторским коллективом учителей «МБОУ гимназия № 12» и принятой приказом по гимназии от 30.08.14 г. № 285.

**Для реализации поставленных целей и задач был выбран учебно - методический комплект по основам потребительской культуры издательства ВИТА-ПРЕСС.** Данный комплект представляет собой завершённую линию и включает в себя:

1. Сборник программно-методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений/Сост.Л.Н.Поташева. -3-е изд.- М.: ВИТА-ПРЕСС,2008
2. Основы потребительской культуры: Учебник для старших классов общеобразовательных учрежд./ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 3-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008
3. Основы потребительской культуры: Методическое пособие/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007
4. Основы потребительской культуры: Практикум/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2004
5. Основы потребительской культуры: Хрестоматия/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2004
6. Основы потребительской культуры: Рабочая тетрадь/ Н. В. Васильева – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007

**Нормативные документы, обеспечивающие реализацию программы:**

1. Закон РФ «О защите прав потребителей»
2. Сборник программно-методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений/Сост. Л.Н. Поташева. -3-е изд.- М.: ВИТА-ПРЕСС,2008

### **Цель:**

Формирование готовности молодежи к адаптации в изменяющихся условиях социально-экономической жизни, получение для этого соответствующих знаний старшеклассников знаний основ потребительской культуры, правил поведения и качеств культурного потребителя.

### **Задачи**

1. Освоение учащимися знаний рационального потребления, теории потребительского поведения и защиты прав потребителей.
2. Овладение умениями разумного выбора различных источников информации, товаров, услуг и навыками самозащиты на основе государственного законодательства.
3. Развитие логического и критического мышления, творческих способностей, толерантности, коммуникативных умений.
4. Воспитание важнейших качеств культурного потребителя: целеустремленности, настойчивости, выдержки, решительности, инициативности и самостоятельности, а также, организованности и уверенности.
5. Подготовка учащихся к успешной самостоятельной деятельности.

Программа рассчитана на изучение курса «Основы потребительской культуры» на 34 учебных часа в 10 классе (1 учебный час в неделю).

## **Пояснительная записка**

Экономика и право должны стать уделом каждого члена общества, так как каждый участвует в экономическом обороте, совершая разного рода покупки,

заклучая те или иные договоры - письменные или устные. Лавина рекламной информации, зачастую не всегда достоверной, появление на рынке поддельных товаров, товаров с истекшим сроком реализации - все это нарушает права потребителей на качественный товар или услугу, на достоверную информацию. В связи с этим изучение предлагаемого элективного курса, направленного на защиту прав потребителя, актуально и перспективно. В настоящее время проблемы регулирования отношений, возникающих между потребителем и изготовителем, исполнителями, продавцами, проблемы приобретения качественных товаров, получение информации о товарах и их изготовителях приобретают огромное значение, определяют не только эффективность функционирования всех видов и форм хозяйственной деятельности, но и принципиальные условия благополучия человека. Грамотный потребитель должен, прежде всего, уверенно чувствовать себя в мире новых экономических понятий, знать свои права, а главное – уметь защитить себя в случае их нарушения, знать, в какие органы обратиться за консультацией. Он должен четко усвоить схему принятия решения о покупке – знать, где найти информацию о товарах и услугах, как сравнить конкурирующие марки, определить предпочтительные для себя места продажи, уметь оформить сделку. Кроме того, он должен обладать способностью принимать продуманные решения об использовании и управлении личными денежными средствами. Вся система потребительского образования нацелена на то, чтобы научить учащихся критически мыслить, работать с разными источниками информации, не следовать бездумно за модой, анализировать то, о чем говорится в рекламе. Только в этом случае школьники смогут разумно принимать решения, находить на рынке товаров и услуг то, что необходимо в тех или иных обстоятельствах, разумно планировать свои расходы и, наконец, делиться потребительскими знаниями и навыками с другими.

### **Общая характеристика курса**

На подготовительном этапе было проведено предварительное анкетирование учащихся. Проанализировав его результаты и изучив индивидуальные

образовательные интересы и потребности учащихся 11-х классов, был сделан вывод о необходимости создания программы данного элективного курса.

Программа курса разработана для учащихся старших классов, так как в этом возрасте ребята начинают активно выступать в качестве потребителей, но стереотипы потребителей еще не сформировались. С другой стороны, каждый старшеклассник стоит перед выбором профессии, и данный курс сможет помочь школьникам сделать правильный выбор. Предлагаемый элективный курс является одним из курсов социально-экономического профиля. Направленность курса – расширение границ углубляемых учебных дисциплин из числа обязательных предметов федерального компонента и обязательных предметов по выбору. Учащиеся получают практический опыт экономического поведения и взаимодействия с субъектами рынка, который смогут использовать в повседневной жизни. Изучение данной программы позволит старшеклассникам овладеть комплексом современных потребительских знаний в условиях рыночной экономики, не вошедших в программу общеобразовательного предмета «Обществознание» на профильном уровне. Внутренняя логика построения содержания курса предполагает сочетание теоретических и практических занятий с реализацией активизирующих и педагогических проективных методик с основной идеей курса. Практические занятия предполагают выполнение упражнений и заданий эвристического характера, а также проведение самостоятельных исследований учащимися.

Программа рассчитана на 34 часа в год, 1 час в неделю.

### **Цели и задачи курса**

**Цель курса** - разрешать практические потребительские ситуации в сфере рыночных отношений, руководствуясь нормами действующего законодательства РФ.

**Задачи курса:**

- познакомить учащихся с правами и обязанностями потребителей, с существующей в России системой защиты прав потребителей;
- сформировать знания и умения грамотного поведения потребителя в различных рыночных ситуациях;
- научить принимать осознанные решения при выборе и приобретении товаров и услуг с учетом собственной системы ценностей, оценок полезности товаров, качества и количества альтернативных вариантов выбора;
- воспитывать организованность, деловитость, культуру поведения, самостоятельность и смелость в защите своих прав;
- развивать экономическое и логическое мышление, коммуникативные умения и навыки.

**Планируемые образовательные результаты**

**Учащийся**

1. Знает и может применять основные понятия: потребитель, договор, сделка, услуга, гражданский кодекс, виды договоров, обязательства, ответственность, КОНФОП, информация об изготовителе, информация о товаре, штрих-код, «Сертификат соответствия», «Сертификат безопасности», «Сертификат качества», реклама, неустойка, жилищно-коммунальные услуги.
2. Знает историю потребительского законодательства, местные, государственные и международные организации по защите прав потребителей.
3. Умеет анализировать источники права, ориентируется в Законе РФ «О защите прав потребителей» (ст.5-7, 8-10, 13-15, 17-22, 28-32, 39, 44-46).
4. Знает правила составления договора купли-продажи, свои права и обязанности при заключении договора купли-продажи.

5. Умеет защитить свои права в случае нарушения со стороны продавца.
6. Определяет отличия «Сертификата соответствия», «Сертификата безопасности», «Сертификата качества».
7. Знает, где можно провести экспертизу товара.
8. Умеет ориентироваться в сроках годности, реализации, хранения, гарантийного срока, срока службы (на некоторые товары).
9. Различает виды рекламы. Знает, какая реклама является ненадлежащей.
10. Владеет способами защиты прав потребителя; умеет правильно составить исковое заявление, знает особенности судебного разбирательства по защите прав потребителя.

#### **Методы и формы проведения занятий:**

- Интерактивные лекционные занятия
- Тематические дискуссии
- Уроки с элементами моделирования ситуаций, деловые игры
- Работа с документами и различными источниками информации
- Семинарские занятия, экскурсии
- Практические занятия по решению проблемных ситуаций

#### **Методы и формы контроля:**

Данный курс соответствует возрастным особенностям учащихся и предусматривает индивидуальную работу, работу в группах. Текущий контроль уровня усвоения материала осуществляется в ходе выполнения учащимися самостоятельных и практических работ, тестирование. По завершении каждого модуля проводится итоговое диагностическое тестирование.

#### **Способы оценки планируемых результатов:**

В процессе обучения учащиеся должны пройти две промежуточные аттестации. Форма итогового контроля – зачет. Форма проведения зачета – тестовая. Основной формой контроля знаний обучающихся является текущий контроль. Цель текущего контроля - проверить степень и качество усвоения изучаемого материала. В процессе текущего контроля оценивается самостоятельная работа обучающегося над изучаемым материалом.

Виды текущего контроля - устный (индивидуальный или групповой опрос, сообщение по избранной теме, индивидуальная или групповая презентация, решение задач, защита выполненных заданий и другие), письменный (самостоятельная работа, тестирование).

Для оценивания элективного курса применяется зачетная система. Элективный курс считается пройденным, если учащийся посетил не менее 80% занятий и успешно выполнил итоговую работу. Оценка выполнения итоговой работы выставляется в соответствии с процентным выполнением заданий:

100-90% - отлично

80-70% - хорошо

60-50% - удовлетворительно

менее 50% - неудовлетворительно

## Содержание курса

### Модуль 1. Потребительская культура (17 ч.)

#### Тема 1. История потребительского законодательства (3ч.)

Закон РФ «О защите прав потребителей» и его роль в защите наших интересов. Международная организация потребительских союзов. ООН о руководящих принципах по защите прав потребителей. Деятельность Международной конфедерации общества потребителей (КОНФОП). Государственные органы защиты прав потребителей. Общественные организации потребителей.

#### Тема 2. Право потребителя на информацию (5 ч.)

Значение информации для потребителя. Источники информации. Закон РФ «О защите прав потребителей» о праве каждого на информацию (ст.8-10). Виды необходимой информации: информация об изготовителе; информация о товаре. Специальные символы, знаки: штрих-код и их значение. Ненадлежащая информация. Закон РФ об ответственности за ненадлежащую информацию.

#### Тема 3. Договор купли-продажи. Защита прав потребителя при купле-продаже товаров (6 ч.)

Договор. Гражданский кодекс РФ (ст. 421) о правилах, обеспечивающих свободу договоров. Виды договоров. Документы, подтверждающие заключение договора. Права и обязанности сторон. Административная и уголовная ответственность продавца за ненадлежащее исполнение обязательств по договору купли – продажи. Характеристика видов торговли: достоинства и недостатки. Порядок продажи отдельных видов товаров: продажа обуви, продажа технически-сложных товаров бытового назначения, особенности продажи продовольственных товаров.

#### Тема 4. Сертификация. Экспертиза (3 ч.)

Сертификация и ее роль в защите прав потребителей от недоброкачественных товаров. Отличия «Сертификата соответствия», «Сертификата безопасности», «Сертификата качества». Знак соответствия.

Отличия настоящего сертификата. Экспертиза товаров и услуг. Где можно провести экспертизу.

### Учебно-тематический план

#### Модуль 1. Потребительская культура (17 ч.)

№ п/п	Тема	Требования к уровню подготовки учащихся по теме	Кол. часов
	<b>Тема 1. История потребительского законодательства</b>	Знать историю потребительского законодательства, местные, государственные и международные организации по защите прав потребителей	<b>3</b>
1.	Защита прав потребителя за рубежом		1
2.	История потребительского движения в России.		1
3.	Система органов защиты прав потребителей		1
	<b>Тема 2. Право потребителя на информацию</b>	Анализировать источники права. Ориентироваться в Законе РФ «О защите прав потребителей», знать о праве каждого на информацию (ст.8-10). Классифицировать виды информации	<b>5</b>
4.	Понятие информация и ее источники.		1
5.	Информация об изготовителе.		1
6-7.	Информация о товаре, работах и услугах		2
8.	Ответственность за ненадлежащую информацию		1
	<b>Тема 3. Договор купли-продажи. Защита прав потребителя при купле-продаже товаров</b>	Знать правила составления договора купли-продажи, свои права и обязанности при заключении договора купли-продажи. Уметь защитить свои права в случае нарушения со стороны продавца. Понятия: договор, гражданский кодекс, виды договоров, обязательства, ответственность.	<b>6</b>
9.	Договор купли-продажи.		1
10.	Права и обязанности сторон.		1
11.	Ответственность.		1
12-13.	Виды торговли.		2
14.	Особенности продажи отдельных видов товаров		1
	<b>Темаб.Сертификация.</b>	Научиться определять отличия	<b>3</b>

	<b>Экспертиза.</b>	«Сертификата соответствия», «Сертификата безопасности», «Сертификата качества». Знать, где можно провести экспертизу	
15.	Требования по сертификации товаров (работы, услуг).		1
16-17.	Экспертиза товаров (работы, услуг) Итоговое повторение		2
			<b>17</b>

## Модуль 1. Потребительская культура (17 ч.)

Тема	Количество часов				Формы контроля
	Всего	Аудиторных	Внеаудиторных	В т.ч. на практическую деятельность	
1.Защита прав потребителя за рубежом	1	0,5		0,5	
2.История потребительского движения в России.	1	1			Опрос
3.Система органов защиты прав потребителей	1	0,5		0,5	Опрос
4.Понятие информация и ее источники.	1	1			
5.Информация об изготовителе.	1		0,5	0,5	
6-7.Информация о товаре, работах и услугах	2		1	1	Опрос
8.Ответственность за ненадлежащую информацию	1	1			
9.Договор купли-продажи.	1			1	
10.Права и обязанности сторон.	1	1			
11.Ответственность.	1	1			
12-13.Виды торговли.	2	1		1	
14.Особенности продажи отдельных видов товаров	1	0,5		0,5	Опрос
15.Требования по сертификации товаров (работы, услуг).	1	0,5		0,5	
16-17.Экспертиза товаров (работы, услуг) Итоговое повторение	2	1		1	Тестирование
	17	9	1,5	6,5	

## **Содержание курса**

### **Модуль 2. Потребитель и закон (17 ч.)**

#### **Тема 1. Работы и услуги (5 ч.)**

Договор на оказание услуг и его значение. Цена работы (услуги).  
Ответственность исполнителя за нарушение сроков договоров. Неустойка.  
Ответственность исполнителя за некачественно выполненную услугу (ст.29).  
Право потребителя на расторжение договора о выполнении работы, услуги.  
(ст.32) Виды услуг. Бытовое обслуживание населения РФ. Ответственность за некачественное выполнение работы, услуги или если заказ не исполнен в срок. Неустойка. Жилищно-коммунальные услуги. Виды услуг, гарантированных потребителям. Действия по предоставлению некачественных услуг. Платные образовательные услуги. Нормативно-правовая база. Договор на оказание платных образовательных услуг.

#### **Тема 2. Сроки. Понятие и виды. Порядок их определения (5 ч.)**

Закон РФ «О защите прав потребителей (ст. 5) об установлении срока годности, срока реализации, срока хранения, гарантийного срока, срока службы (на некоторые товары). Право потребителей на обмен товара (ст. 25).  
Сроки удовлетворения требований потребителей. Претензия. Претензионные сроки.

#### **Тема 3. Реклама и права потребителей (4 ч.)**

Реклама и ее виды. Закон РФ «О рекламе». Виды ненадлежащей рекламы. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.

#### **Тема 4. Виды и способы защиты прав потребителя (3 ч.)**

Самозащита. Способы и границы самозащиты. Случаи обращения в суд. Иск. Составление искового заявления. Участники судебного процесса. Судебное разбирательство и вынесение решения по делу. Исполнение решения суда. Определение вреда.

**Учебно-тематический план**  
**Модуль 2. Потребитель и закон (17 ч.)**

<b>№ п/п</b>	<b>Тема</b>	<b>Требования к уровню подготовки учащихся по теме</b>	<b>Кол. часов</b>
	<b>Тема 1. Работы и услуги.</b>	Работа с таблицами, схемами по изучаемой теме. Моделирование практических ситуаций, обсуждение. Работа в группе. Уметь вести дискуссию. Понятие и виды платных образовательных услуг.	<b>5</b>
1-2.	Договоры на оказание услуг.		2
3-4.	Бытовые и жилищно-коммунальные услуги.		2
5.	Платные образовательные услуги.		1
	<b>Тема 2. Сроки. Понятие и виды. Порядок их определения</b>	Уметь ориентироваться в сроках годности, реализации, хранения, гарантийного срока, срока службы (на некоторые товары); умение составить претензию.	<b>5</b>
6-7.	Срок годности, срок реализации.		2
8.	Гарантийный срок, срок службы.		1
9-10.	Сроки удовлетворения требований потребителя. Претензионные сроки.		2
	<b>Тема 3. Реклама и права потребителей</b>	Различать виды рекламы. Знать какая реклама является ненадлежащей	<b>4</b>
11-12.	Общие сведения о рекламе.		2
13.	Ненадлежащая реклама.		1
14.	Защита несовершеннолетних от вредного воздействия рекламы.		1
	<b>Тема 4. Виды и способы защиты прав потребителя</b>	Понятие, виды и способы самозащиты. Умение правильно составить исковое заявление. Знать особенности судебного разбирательства	<b>3</b>
15.	Самозащита.		1
16-17.	Судебная защита.		2
	Итоговое повторение		
			<b>17</b>

## Модуль 2. Потребитель и закон (17 ч.)

Тема	Количество часов				Формы контроля
	Всего	Аудиторных	Внеаудиторных	В т.ч. на практическую деятельность	
1-2. Договоры на оказание услуг.	2	1		1	
3-4. Бытовые и жилищно-коммунальные услуги.	2	0,5	0,5	1	Опрос
5. Платные образовательные услуги.	1	0,5		0,5	Опрос
6-7. Срок годности, срок реализации.	2	1		1	
8. Гарантийный срок, срок службы.	1	0,5		0,5	
9-10. Сроки удовлетворения требований потребителя. Претензионные сроки.	2	1		1	Опрос
11-12. Общие сведения о рекламе.	2	1	0,5	0,5	
13. Ненадлежащая реклама.	1	0,5		0,5	
14. Защита несовершеннолетних от вредного воздействия рекламы.	1	1			
15. Самозащита.	1	0,5		0,5	
16-17. Судебная защита. Итоговое повторение	2	1		1	Тестирование
	17	8,5	1	7,5	

## Характеристика ресурсов программы

### Дидактические материалы:

1. Александрова А.Л. «Основы потребительской культуры: Пособие для учителя». Екатеринбург: Сред. – Урал, 1995г.
2. Симоненко В.Д. «Основы домашней экономики». Брянск: БПГУ 1995г.
3. Симоненко В.Д., Степченко В.А. «Основы потребительской культуры». Пособие для учителя. – М.: Вита-Пресс, 2005г.
4. Федько В.П., Альбеков А.У. «Маркировка и сертификация товаров и услуг». Ростов-на-Дону, «Феникс»,1998г.
5. Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей».
6. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 1 и 2. М., 1994.
7. Закон РФ « О защите прав потребителей».
8. Закон РФ «О рекламе».
9. Закон РФ «О сертификации».
10. Электронные ресурсы:  
Информационно-правовые системы «Гарант», «Консультант Плюс».  
Сайт Общества защиты прав потребителей [www.ozpp.ru](http://www.ozpp.ru)  
Сайт Союза потребителей [www.potrebitel.net](http://www.potrebitel.net)  
Сайт Роспотребнадзора [www.rosпотребнадзор. Ru](http://www.rosпотребнадзор.Ru)

### Материальные ресурсы:

Аудиторные занятия и самостоятельная работа обучающихся по курсу «Основы потребительских знаний» должны проходить в аудиториях, оборудованных мультимедийными средствами обучения, а также в компьютерных классах, обеспечивающих доступ к сетям типа «Интернет», справочным правовым системам «Гарант», «КонсультантПлюс».

## Приложение

### Материалы, устанавливающие содержание и порядок проведения контроля знаний обучающихся Тестовые задания

Тестовые задания предназначены для повторения и закрепления учебного материала, проверки остаточных знаний. Тесты составлены по всему курсу «Основы потребительских знаний». На каждый вопрос предлагается несколько вариантов ответа, правильным может быть только один из ответов

#### Тест №1

1. Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" принят:
  - 1) 7 февраля 1992;
  - 2) 17 ноября 1999 года;
  - 3) 30 декабря 2001 года
2. Закон "О защите прав потребителей" вступает в силу:
  - 1) со дня его подписания Президентом Российской Федерации;
  - 2) со дня принятия его Государственной Думой;
  - 3) со дня его официального опубликования
3. В соответствии с Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей" потребитель имеет право
  - 1) на гарантированный уровень потребления;
  - 2) на предоставление льгот и преимуществ, если таковые предусмотрены законодательством;
  - 3) на просвещение
4. Потребитель -
  - 1) гражданин, приобретающий товары исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли;
  - 2) лицо, приобретающее товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
  - 3) гражданин, приобретающий товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности
5. Продавцом является:
  - 1) Организация, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям;
  - 2) Организация независимо от ее формы собственности, реализующая товары потребителям по договору купли-продажи;
  - 3) Организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи
6. Изготовителем является:
  - 1) Организация, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям;
  - 2) Организация независимо от ее формы собственности, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям;

3) Организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям

7. Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" регулирует отношения, возникающие между:

- 1) государством, изготовителями (исполнителями, продавцами) и гражданами-потребителями;
- 2) гражданами и хозяйствующими субъектами, выполняющими функции изготовителей (исполнителей, продавцов);
- 3) потребителями и изготовителями (исполнителями, продавцами)

8. Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" устанавливает права потребителей на:

- 1) получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах);
- 2) получение информации о свойствах товара (работ, услуг) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах);
- 3) получение информации о качестве товара (работ, услуг) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах)

9. Отношения в области защиты прав потребителей регулируются:

- 1) Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей";
- 2) Гражданским Кодексом Российской Федерации, Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей", иными федеральными законами, принимаемыми в соответствии с ними, правовыми актами Российской Федерации;
- 3) Законами субъектов Российской Федерации

10. Срок службы –

- 1) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется нести ответственность за недостатки товара;
- 2) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки товара, возникшие по его вине;
- 3) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за недостатки товара, возникшие по его вине

11. Перечень товаров, на которые изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок службы

- 1) утверждается Правительством Российской Федерации;
- 2) утверждается Госстандартом России;
- 3) не существует

12. Срок годности –

- 1) период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель, продавец) обязан удовлетворить требования потребителя, установленные статьями 18 и 29 Закона "О защите прав потребителей";

2) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки, возникшие по его вине;

3) период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению

13. Правительством Российской Федерации утверждается перечень товаров (работ), на которые изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать

- 1) срок годности;
- 2) срок реализации;
- 3) гарантийный срок

14. На какой из перечисленных товаров устанавливается срок годности:

- 1) на сложную технику;
- 2) на медикаменты;
- 3) на обувь

15. Существенный недостаток товара –

1) недостаток, который делает невозможным или недопустимым использование товара в соответствии с его целевым назначением, либо который не может быть устранен, либо который проявляется вновь после устранения, либо для устранения которого требуются большие затраты, либо вследствие которого потребитель в значительной степени лишается того, на что он был вправе рассчитывать при заключении договора;

2) недостаток, который делает невозможным или недопустимым использование товара в соответствии с его целевым назначением, либо который не может быть устранен без несоразмерных затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки;

3) недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки

16. Недостатки, обнаруженные в товаре, должны быть устранены изготовителем (продавцом)

1) в течение двадцати дней со дня предъявления потребителем требования об устранении недостатков товара;

2) незамедлительно, если иной срок устранения недостатков товара не определен соглашением сторон в письменной форме;

3) незамедлительно, если иной срок устранения недостатков товара не определен соглашением сторон

17. Потребитель вправе предъявить предусмотренные статьей 18 Закона "О защите прав потребителей" требования в отношении недостатков товара

1) в пределах двух лет со дня передачи их потребителю;

2) если недостатки товаров обнаружены в разумный срок;

3) в пределах двух лет со дня передачи товара потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором

18. При возникновении спора о причинах возникновения недостатков товара продавец

1) обязан провести экспертизу товара за свой счет;

2) обязан провести экспертизу товара за свой счет, если иное не определено договором;

3) имеет право провести экспертизу за счет производителя (поставщика)

19. Потребитель обязан возместить продавцу расходы на проведение экспертизы, если в результате экспертизы товара установлено

1) что его недостатки возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец;

2) что его недостатки возникли после передачи товара потребителю;

3) что его недостатки возникли после передачи товара потребителю вследствие нарушения им установленных правил использования, хранения или транспортировки товара

20. Срок наступления сезона

1) определяется исходя из климатических условий места нахождения продавца;

2) определяется исходя из климатических условий места нахождения изготовителя;

3) определяется исходя из климатических условий места нахождения покупателя

21. С какого времени начинает исчисляться новый гарантийный срок в случае замены комплектующего изделия с гарантийным сроком:

1) со дня сдачи товара в ремонт;

2) дня выдачи потребителю товара по окончании ремонта;

3) с момента, установленного соглашением сторон

22. При продаже товаров по образцам гарантийный срок исчисляется

1) со дня доставки товара потребителю;

2) со дня оплаты товара;

3) по соглашению сторон

23. При отсутствии гарантийного срока на выполнение работы в строении, потребитель вправе предъявить требования, связанные с недостатками, если они были обнаружены

1) в пределах шести месяцев со дня принятия выполненной работы;

2) в пределах двух лет со дня принятия выполненной работы;

3) в пределах пяти лет со дня принятия выполненной работы

24. Иски в защиту прав потребителей предъявляются в суд

1) по месту нахождения ответчика;

2) по месту причинения вреда;

3) по месту жительства истца, или по месту нахождения ответчика, или по месту причинения вреда

25. Размер компенсации морального вреда определяется

1) независимо от возмещения имущественного вреда, но с учетом возмещения понесенных потребителем убытков;

2) независимо от возмещения имущественного вреда и понесенных потребителем убытков;

3) пропорционально возмещению имущественного вреда и понесенных потребителем убытков

26. Кто определяет размер компенсации морального вреда?

1) суд;

- 2) потребитель;
- 3) размер компенсации установлен законодательством в размере от 2 до 5 тысяч

27. Если потребитель не был проинформирован о необходимых действиях по истечении срока службы товара и возможных последствиях при невыполнении указанных действий:

- 1) вред подлежит возмещению независимо от времени его причинения;
- 2) вред подлежит возмещению, если товар по истечении срока службы представляет опасность для жизни и здоровья;
- 3) вред подлежит возмещению, если причинен после истечения срока службы товара.

28. Вред, причиненный вследствие недостатка товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара по выбору

- 1) продавца или изготовителя товара;
- 2) потерпевшего;
- 3) изготовителя

29. Требование о возмещении вреда, причиненного недостатком товара, может быть предъявлено

- 1) потребителем данного товара;
- 2) любым пострадавшим, независимо от того, состоял ли он в договорных отношениях с причинителем вреда;
- 3) потребителем или от его имени членами его семьи

30. Координация деятельности федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг), возлагается на:

- 1) орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации;
- 2) федеральный антимонопольный орган;
- 3) федеральный орган по стандартизации, метрологии и сертификации

31. В случае если выполнение работы осуществляется по частям в течение срока действия договора о выполнении работ

- 1) по соглашению сторон в договоре могут быть предусмотрены сроки завершения отдельных этапов работы (промежуточные сроки);
- 2) в договоре должны быть предусмотрены сроки завершения отдельных этапов работы (промежуточные сроки);
- 3) сроки завершения отдельных этапов работы (промежуточные сроки) указываются в договоре в соответствии со стандартами на выполнение указанных работ

32. Режим работы государственных организаций торговли, бытового и иных видов обслуживания потребителей устанавливается

- 1) ими самостоятельно;
- 2) по решению органов местного самоуправления;
- 3) по решению органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации

33. Обменять продовольственный товар на аналогичный товар

- 1) потребитель вправе, если указанный товар не подошел по форме, размеру, габаритам, фасону, расцветке;

- 2) потребитель вправе в течение 14 дней, не считая дня покупки, если сохранен товарный чек и если данный товар не был в употреблении;
  - 3) потребитель не вправе требовать обмена товара
34. Обеспечение ремонта и технического обслуживания товара в течение срока службы является
- 1) правом изготовителя;
  - 2) обязанностью изготовителя;
  - 3) обязанностью продавца
35. При замене товара ненадлежащего качества на товар аналогичной марки (модели, артикула)
- 1) перерасчет цены товара не производится;
  - 2) перерасчет цены производится с учетом цены товара, подлежащего замене, на момент замены;
  - 3) производится перерасчет цены с учетом стоимости товара на момент предъявления требования, при этом, если цена товара понизилась, потребителю возмещается разница в ценах

#### Тест № 2

1. Вы приобрели новый костюм, но придя домой обнаружили в нем недостаток. Ваши действия:
  - 1) вернете костюм в магазин
  - 2) напишите претензию директору магазина
  - 3) напишите заявление в милицию
  - 4) напишите письмо в антимонопольный комитет.
2. Директор магазина отказался принять у вас претензию, вы
  - 1) попытаете вручить ее силой
  - 2) придете с милиционером
  - 3) отправите письмом по почте с описью вложения и уведомлением о вручении
  - 4) обратитесь в организацию по защите прав потребителя
3. Иски в защиту прав потребителей предъявляются в суд:
  - 1) по месту жительства истца
  - 2) по месту нахождения ответчика
  - 3) по месту причинения вреда
  - 4) по месту жительства истца, по месту нахождения ответчика, по месту причинения вреда.
4. Какое требование потребитель может предъявить при обнаружении существенных недостатков в технически сложном или дорогостоящем товаре?
  - 1) требование о замене на товар аналогичной марки (модели, артикула);
  - 2) требование о замене на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
  - 3) требование о расторжении договора;
  - 4) любое из перечисленных требований

5. Потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества у продавца, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру, или комплектации:
  - 1) в течение 3 дней, если товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки и чек.
  - 2) в течение 10 дней, если товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки и чек.
  - 3) в течение 14 дней, если товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки и чек.
  - 4) в течение 21 дня, если товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки и чек
6. За просрочку выполнения требований потребителя при заключении договора купли-продажи продавец выплачивает неустойку в размере:
  - 1) 1%, если более высокий процент не предусмотрен договором
  - 2) 2%, если более высокий процент не предусмотрен договором
  - 3) 3%, если более высокий процент не предусмотрен договором
  - 4) 4% , если более высокий процент не предусмотрен договором
7. Если изготовитель и продавец не установили гарантийный срок на товар, требования, связанные с недостатками товара потребитель может предъявить:
  - 1) если недостатки товаров обнаружены в разумный срок, но в пределах двух лет со дня передачи их потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором;
  - 2) если недостатки товаров обнаружены в разумный срок, но в пределах шести месяцев со дня передачи их потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором;
  - 3) если недостатки товаров обнаружены в разумный срок, но в пределах шести месяцев со дня передачи их потребителю;
  - 4) потребитель не может предъявить какие-либо требования.
8. Заключение независимой экспертизы
  - 1) является окончательным и не подлежит обжалованию;
  - 2) может быть обжаловано в судебном порядке;
  - 3) может быть отменено вышестоящей организацией;
  - 4) может быть отменено решением антимонопольного комитета.
9. Действующая редакция Закона РФ "О защите прав потребителей" принята:
  - 1) 7 февраля 1992 года
  - 2) 17 ноября 1999 года
  - 3) 17 декабря 1999 года
  - 4) нет верного ответа
10. Потребитель - иностранец при обнаружении недостатка в товаре, в течение гарантийного срока

- 1) может предъявить претензии на тех же основаниях, что и граждане страны;
  - 2) может предъявить претензии только на основании норм международного права;
  - 3) может предъявить претензии законодательства своей страны;
  - 4) может предъявить претензии на основании любого законодательства, по своему выбору.
11. Исполнитель включил в договор условия ограничивающие права потребителя, по сравнению с законодательством. Договор считается действительным:
- 1) только при наличии письменного согласия потребителя;
  - 2) при продаже потребителю товара или услуги со скидкой;
  - 3) признаются недействительными в любом случае;
  - 4) нет верного ответа.
12. Вред, причиненный вследствие недостатка товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара по выбору:
- 1) продавца или изготовителя
  - 2) только изготовителя
  - 3) только продавца
  - 4) потребителя
13. Обменять продовольственный товар на аналогичный потребитель вправе:
- 1) если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону расцветке;
  - 2) в течение 14 дней, не считая дня покупки, если сохранен чек и товар не был в употреблении;
  - 3) в течение 3 дней, не считая дня покупки, если сохранен чек и товар не был в употреблении
  - 4) потребитель не вправе требовать замены товара.
14. При продаже товаров по образцам гарантийный срок исчисляется:
- 1) со дня доставки товара потребителю
  - 2) со дня доставки товара в магазин
  - 3) со дня оплаты товара
  - 4) по соглашению сторон.
15. В связи с дружественным визитом в нашу страну крупного политического лидера ваш поезд был задержан железной дорогой на 10 часов, в результате Вы опоздали на важную конференцию, Вы:
- 1) потребуете выплатить неустойку 30% от стоимости билета и убытки, в том числе и моральный ущерб;
  - 2) потребуете неустойку 100% от стоимости билета и убытки, в том числе и моральный ущерб;
  - 3) потребуете выплатить неустойку 20% от стоимости билета и моральный ущерб;
  - 4) любое из перечисленных выше требований, по желанию потребителя.
16. Из каких гражданско-правовых договоров не могут возникать отношения, регулируемые Законом РФ "О защите прав потребителей"

- 1) из договора купли-продажи жилого дома;
  - 2) из договора энергоснабжения жилого помещения;
  - 3) из договора перевозки пассажиров и багажа;
  - 4) все выше перечисленные договоры регулируются законодательством о защите прав потребителей
17. На сапоги, приобретенные летом, гарантийный срок начинает течь:
- 1) на следующий день после продажи
  - 2) с момента наступления соответствующего сезона
  - 3) с даты установленной продавцом
  - 4) по желанию покупателя
18. Размер компенсации морального вреда определяет:
- 1) суд
  - 2) потребитель
  - 3) продавец
  - 4) установлен законодательством от 5 до 50 тысяч рублей.
19. Изготовитель обязан обеспечивать безопасность товара в течение:
- 1) 10 лет со дня изготовления
  - 2) срока установленного договором
  - 3) установленного срока службы или срока годности товара или в течение 10 лет после передачи потребителю, если срок службы не установлен
  - 4) срока годности товара.
20. Потребители, предъявляющие иски, связанные с нарушением их прав
- 1) частично освобождаются от уплаты государственной пошлины;
  - 2) не освобождаются от уплаты государственной пошлины;
  - 3) освобождаются от уплаты государственной пошлины по решению суда, в зависимости от материального положения гражданина;
  - 4) освобождаются от уплаты государственной пошлины.
21. Фраза "Наш товар самый лучший" не подтверждена документально. Это реклама:
- 1) недобросовестная
  - 2) недостоверная
  - 3) неэтичная
  - 4) скрытая
22. Можно ли обменять золотой медальон на равноценный, но другой формы и в какой срок?
- 1) обмену и возврату не подлежит;
  - 2) в течение гарантийного срока;
  - 3) в течение 14 дней, если сохранился чек и вещь не была в употреблении;
  - 4) в течение 7 дней, если сохранился чек.
23. Скрытая реклама это-
- 1) реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении качества товара, его свойств, цены, наличия на рынке и т. д.

- 2) реклама, которая оказывает на потребителя воздействие, не осознаваемое им
  - 3) реклама, с помощью которой рекламодатель умышленно вводит в заблуждение потребителя
  - 4) реклама, пропагандирующая здоровый образ жизни.
24. Потребительская политика государства направлена на регулирование отношений:
- 1) между покупателями
  - 2) между производителями и продавцами
  - 3) между производителями, продавцами и исполнителями услуг
  - 4) между производителями (изготовителями, исполнителями), продавцами и покупателями.
25. В радио- и телепрограммах не допускается прерывать рекламой:
- 1) художественный фильм о второй мировой войне
  - 2) передачу "Дом мультфильмов"
  - 3) передачу "Слабое звено"
  - 4) предвыборное интервью с кандидатом в депутаты Государственной Думы.
26. В рекламе алкогольных напитков и табачных изделий не должны использоваться образы физических лиц в возрасте до:
- 1) 16 лет
  - 2) 18 лет
  - 3) 21 года
  - 4) 35 лет
27. Рекламу одного и того же товара допускается повторять в течение часа эфирного времени
- 1) не более пяти раз
  - 2) не более трех раз
  - 3) не более двух раз
  - 4) повтор рекламы одного и того же товара в течение часа эфирного времени не допускается
28. Сколько процентов от объема журнала не должна превышать реклама, если он не зарегистрирован в качестве рекламного издания:
- 1) 25%
  - 2) 50%
  - 3) 15%
  - 4) 40%
29. Одна телеграмма может содержать:
- 1) не более 200 слов
  - 2) не более 300 слов
  - 3) не более 500 слов
  - 4) не более 100 слов
30. Образ ребенка допускается в рекламе:
- 1) стирального порошка
  - 2) холодильника
  - 3) мясных деликатесов
  - 4) памперсов.

31. Кому должны вручаться телеграммы, адресованные гражданам по месту их проживания?
- 1) лично адресату или, в его отсутствие, совершеннолетнему члену семьи
  - 2) только адресату
  - 3) любому члену семьи
  - 4) все перечисленное выше
32. С какого момента исчисляется гарантийный срок на товар, полученный при замене некачественного:
- 1) со дня предъявления претензии о замене;
  - 2) со дня удовлетворения требования потребителя;
  - 3) со дня передачи товара потребителю;
  - 4) любое из перечисленного выше, по желанию потребителя.
33. Потребитель - это
- 1) гражданин, приобретающий товары исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли;
  - 2) лицо, приобретающее товары исключительно для личных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
  - 3) гражданин, приобретающий товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
  - 4) все перечисленное выше.
34. Развесные продовольственные товары передаются потребителю
- 1) в упакованном виде без дополнительной оплаты за упаковку;
  - 2) в упакованном виде с дополнительной оплатой за упаковку;
  - 3) расфасовываются в тару потребителя;
  - 4) любое из перечисленного по желанию потребителя.
35. По истечении гарантийного срока в выполненной работе был обнаружен существенный недостаток. Потребитель в данной ситуации может требовать:
- 1) соответствующего уменьшения цены за выполненную работу;
  - 2) возмещения расходов понесенных при устранении недостатков своими силами или третьими лицами;
  - 3) расторжение договора о выполнении работы;
  - 4) любое из перечисленного выше, по своему выбору.
36. Требование покупателя о предоставлении во временное пользование аналогичного товара НЕ подлежит удовлетворению при ремонте
- 1) электрофена
  - 2) телевизора
  - 3) магнитофона
  - 4) пылесоса
37. В отношении каких групп товаров продавец обязан провести предпродажную подготовку?
- 1) текстильные, трикотажные, швейные товары, меховые изделия, обувь, парфюмерия и косметика;
  - 2) технически сложные товары бытового назначения;

- 3) изделия из драгоценных металлов и камней;
  - 4) всех названных выше товаров.
38. Обнаружив в купленном видеомаягнитофоне дефекты, потребитель предъявил в магазин требование вернуть деньги (видеомаягнитофон находилась в эксплуатации 10 мес.). Как должен производиться расчет с потребителем при расторжении договора купли-продажи, если цена на видеомаягнитофон повысилась?
- 1) по цене видеомаягнитофона на момент покупки за вычетом износа товара;
  - 2) по цене видеомаягнитофона на момент покупки;
  - 3) по цене видеомаягнитофона на момент предъявления требования о расторжении договора за вычетом износа товара;
  - 4) по цене видеомаягнитофона на момент предъявления требования о расторжении договора
  - 5) по цене видеомаягнитофона на момент покупки.
39. Какие из перечисленных товаров надлежащего качества НЕ подлежат возврату или обмену на аналогичный товар даже при условии сохранения чека и упаковки?
- 1) дамская сумочка
  - 2) мужские ботинки
  - 3) зимнее пальто
  - 4) электрический фен
40. Петрова 10 июля купила осенние сапоги за 2000 рублей, 17 сентября принесла их для обмена, мотивируя тем, что они не подходят по цвету к осеннему пальто. Продавец:
- 1) должен обменять сапоги, т.к. сохранены чек, товарный вид, упаковка;
  - 2) должен обменять сапоги, т.к. сохранены чек, товарный вид, упаковка, а при отсутствии нужного цвета - расторгнуть договор
  - 3) должен обменять сапоги, т.к. на них не истек гарантийный срок;
  - 4) товар обмену не подлежит.
41. Катя купила 10 июня зимние ботинки, на которые была установлена гарантия 3 месяца. 2 декабря у нее отклеился каблук. Катя может:
- 1) купить новые ботинки, т.к. гарантийный срок истек;
  - 2) потребовать у магазина отремонтировать или заменить некачественные ботинки;
  - 3) не может расторгнуть договор купли-продажи, т.к. прошло более 14 дней с момента покупки ботинок;
  - 4) может отремонтировать только за свой счет.
42. Получив отказ продавца устранить в течение гарантийного срока недостаток в товаре, вызванный производственным дефектом, Вы решили отремонтировать обувь самостоятельно и потребовать от продавца возместить Вам расходы или уменьшить цену обуви. Каков срок исполнения требования покупателя?
- 1) 20 дней;
  - 2) 10 дней;
  - 3) 7 дней;

- 4) 1 месяц;
43. При отсутствии гарантийного срока на выполнение работы в строении, потребитель вправе предъявить требования, связанные с недостатками, если они обнаружены в пределах:
  - 1) шести месяцев со дня принятия выполненной работы;
  - 2) года со дня принятия выполненной работы;
  - 3) двух лет со дня принятия выполненной работы;
  - 4) пяти лет со дня принятия выполненной работы.
44. При рассмотрении претензии потребителя в связи с предоставлением ему недостоверной или не достаточно полной информации продавец должен исходить из предположения:
  - 1) об отсутствии у потребителя специальных знаний о свойствах и характере товара
  - 2) о наличии у потребителя специальных знаний о свойствах и характере товара
  - 3) о наличии у потребителя необходимых знаний, нужных для выбора товара
  - 4) нет верного ответа

#### ВОПРОСЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ

1. Основные правовые понятия потребительских отношений.
2. Нормативно-правовые акты по защите прав потребителей.
3. Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей.
4. Право потребителей на качественный товар (работу, услугу).
5. Право потребителей на безопасность товара (работы, услуги).
6. Право потребителей на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах).
7. Основные правила розничной продажи товаров. Договор розничной купли продажи.
8. Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков.
9. Сроки предъявления потребителем требований в отношении недостатков товара.
10. Обмен товара надлежащего качества.
11. Дистанционный способ продажи товара.
12. Сроки выполнения работ (оказания услуг).
13. Последствия нарушения исполнителем сроков выполнения работ (оказания услуг).
14. Права потребителя при обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги).
15. Сроки устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги). Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя.
16. Право потребителя на отказ от исполнения договора о выполнении работ (оказании услуг).

17. Ответственность за нарушение прав потребителей, установленных законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.
18. Досудебный порядок урегулирования претензий потребителей.
19. Судебная защита прав потребителей.
20. Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей.
21. Осуществление защиты прав потребителей органами местного самоуправления.
22. Права общественных объединений потребителей (их ассоциаций, союзов).