

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.12.2 «Основы потребительской культуры»

по направлению подготовки: 44.03.04 «Профессиональное обучение (по отраслям)»

по профилю «Химическое производство»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ИПП

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Инженерной педагогики и психологии»

1. Цели освоения дисциплины

1. Целями освоения дисциплины «Основы потребительской культуры» являются:

- а) формирование у бакалавров знаний и умений грамотного поведения потребителей в различных рыночных ситуациях.
- б) воспитание у бакалавров культуры потребителя, самостоятельности и смелости в защите своих прав.

2. Содержание дисциплины «Основы потребительской культуры»:

1. Основные понятия курса. Значение потребительских знаний. Потребительские знания. Понятия «потребитель», «изготовитель» («исполнитель»). Знакомство со структурой закона «О защите прав потребителей».
2. Источники информации для потребителей. Источники информации, доступные потребителям. Независимые источники информации.
3. Информация на упаковке товара. О чем говорит этикетка товара. Современная система штрихового кодирования. Символы и обозначения соответствия обязательным требованиям. Знаки, рассказывающие о составе продуктов. Пищевые добавки. Знаки, информирующие о правилах пользования товаром. Символы, рассказывающие об услугах.
4. Поведение потребителей при покупке товаров. Качество товаров. Недостатки: явные, скрытые, существенные. Специальные сроки: гарантийный срок, срок годности, срок службы. Замена недоброкачественного товара. Обмен товаров надлежащего качества.
5. Потребительское законодательство. Право на безопасность. Право на информацию. Право на выбор. Право на компенсацию причиненного вреда. Ответственность производителя, исполнителя и продавца за нарушение прав потребителей. Организации, призванные защищать потребителей.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- специфику взаимоотношений производителей и потребителей, продавцов и покупателей;
- основные средства массовой информации, центральные и местные, в которых публикуются материалы по потребительской тематике;
- основы теории потребительского поведения;
- свои права и обязанности как потребителей и куда следует обращаться в случае нарушения этих прав;
- современную систему штрихового кодирования;
- элементы маркировки на товарах.

уметь:

- разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения;
- различать символы на упаковке товаров, этикетках, вкладышах, ярлыках, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию;
- защищать свои права в случае их нарушения;
- решать ситуации, применяя закон РФ «О защите прав потребителей»;
- грамотно вести себя в типичных потребительских ситуациях: при покупке товара, пользовании услугами службы быта, на транспорте и т.д.;
- искать и анализировать потребительскую информацию;

- анализировать результаты сравнительных потребительских испытаний товара.

владеть:

- навыками расшифровки штрихового кода;
- навыками покупки товаров: одежды, обуви, бытовой техники;
- навыками покупки товаров в кредит;
- навыками определения элементов маркировки товаров.

Зав. каф. ИПП



Иванов В.Г.