|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | мастер-класс «ИНФОРМАЦИЯ О ТОВАРАХ И УСЛУГАХ. ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ»  Тема 1. Потребности и расходы | |

Автор

АО «ПАКК»

Контракт № FEFLP/FGI-3-2-19

«Подготовка и проведение просветительских мероприятий для старшеклассников в форме отборочного онлайн-конкурса и тематического учебного лагеря с последующим распространением опыта среди организаторов детского отдыха»

Оглавление

[1. ОПИСАНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ 4](#_Toc465667172)

[1.1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ МЕРОПРИЯТИЯ 4](#_Toc465667173)

[1.2. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕРОПРИЯТИЯ 4](#_Toc465667174)

[1.3. ПЛАН МЕРОПРИЯТИЯ 5](#_Toc465667175)

[1.4. Технические требования и оформление помещения 6](#_Toc465667176)

[1.5. Особенности формата 6](#_Toc465667177)

[2. СЦЕНАРИЙ МАСТЕР-КЛАССА №1 7](#_Toc465667178)

[2.1. ТИТУЛЬНЫЙ СЛАЙД – ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ВЕДУЩИХ (3 минуты) 7](#_Toc465667179)

[2.2. СЛАЙД №2 «ПЕРВЫЙ МАСТЕР-КЛАСС» (0 минут) 7](#_Toc465667180)

[2.3. СЛАЙД №3 «ПОЧЕМУ МЫ СОВЕРШАЕМ ПОКУПКИ?» (5 минут) 7](#_Toc465667181)

[2.4. СЛАЙД №4 «УСЛУГА, ИСПОЛНИТЕЛЬ, ДОГОВОР» (3 минуты) 8](#_Toc465667182)

[2.5. СЛАЙД №5 «АЛЬТЕРНАТИВЫ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ» (5 минут) 9](#_Toc465667183)

[2.6. СЛАЙД №6 «ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРАХ И УСЛУГАХ» (2 минуты) 10](#_Toc465667184)

[2.7. СЛАЙД №7 «РЕКЛАМА В НАШЕЙ ЖИЗНИ» (3 минуты) 10](#_Toc465667185)

[2.8. СЛАЙД №8 «ГДЕ МЫ СТАЛКИВАЕМСЯ С РЕКЛАМОЙ?» (3 минуты) 11](#_Toc465667186)

[2.9. СЛАЙД №9 «КАК НЕ СТАТЬ ЖЕРТВОЙ РЕКЛАМЫ» (4 минуты) 11](#_Toc465667187)

[2.10. СЛАЙД №10 «РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ» (10 минут) 12](#_Toc465667188)

[2.11. СЛАЙД №11 «ПУБЛИЧНАЯ ОФЕРТА» (3 минуты) 12](#_Toc465667189)

[2.12. СЛАЙД №12 «СРАВНИВАЕМ И ВЫБИРАЕМ ПОПУЛЯРНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ» (3 минуты) 13](#_Toc465667190)

[2.13. СЛАЙД №13 «ПРИМЕНЯЕМ ЗНАНИЯ И ЕДЕМ В ОТПУСК ВЫГОДНО» (7 минут) 14](#_Toc465667191)

[3. СЦЕНАРИЙ МАСТЕР-КЛАССА №2 15](#_Toc465667192)

[3.1. СЛАЙД №14 «ВТОРОЙ МАСТЕР-КЛАСС» (0 минут) 15](#_Toc465667193)

[3.2. СЛАЙД №15 «А НЕ КУПИТЬ ЛИ МНЕ…» (3 минуты) 15](#_Toc465667194)

[3.3. СЛАЙД №16 «ОТ ПЛАНИРОВАНИЯ К ЭКОНОМИИ» (7 минут) 15](#_Toc465667195)

[3.4. СЛАЙД №17 «СОВМЕСТНОЕ ПОЛЬЗОВАНИЕ» (2 минуты) 17](#_Toc465667196)

[3.5. СЛАЙД №18 «КАК ФОРМИРУЕТСЯ ЦЕНА ТОВАРА» (4 минуты) 17](#_Toc465667197)

[3.6. СЛАЙД №19 «СТОИМОСТЬ ВЛАДЕНИЯ» (2 минуты) 18](#_Toc465667198)

[3.7. СЛАЙД №20 «МАГАЗИННЫЕ МЕТОДЫ ТОРГОВЛИ» (8 минут) 18](#_Toc465667199)

[3.8. СЛАЙД №21 «ВНЕМАГАЗИННЫЕ МЕТОДЫ ТОРГОВЛИ» (8 минут) 19](#_Toc465667200)

[3.9. СЛАЙД №22 «ЧТО МОЖЕТ СЛУЧИТЬСЯ С СОБСТВЕННОСТЬЮ?» (3 минуты) 20](#_Toc465667201)

[3.10. СЛАЙД №23 «ДОКУМЕНТЫ ПРИ ПОКУПКЕ» (6 минут) 20](#_Toc465667202)

[3.11. СЛАЙД №24 «ПОКУПАТЬ ИЛИ АРЕНДОВАТЬ» (8 минут) 22](#_Toc465667203)

[3.12. СЛАЙД №25 «ПОКУПАТЬ ИЛИ АРЕНДОВАТЬ» - 2 (5 минут) 23](#_Toc465667204)

[3.13. СЛАЙД №26 «ПОКУПАТЬ ИЛИ АРЕНДОВАТЬ» - 3 (7 минут) 23](#_Toc465667205)

[3.14. СЛАЙД №27 «ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ» (5 минут) 24](#_Toc465667206)

[3.15. СЛАЙД №28 «ВОПРОСЫ? ЗАДАВАЙТЕ!» (1 минута) 25](#_Toc465667207)

[4. Приложения 26](#_Toc465667208)

[4.1. Приложение 1. Электронная презентация «Информация о товарах и услугах» 26](#_Toc465667209)

[4.2. Приложение 2. Задачи 26](#_Toc465667210)

# ОПИСАНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Интерактивная лекция по теме «Информация о товарах и услугах. Оптимизация расходов» продолжает тему расходов, но рассматривает ее с правовой точки зрения, а также с точки зрения повышения эффективности совершаемых расходов.

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ МЕРОПРИЯТИЯ

Цель мероприятия – научить школьников пользоваться информацией о различных товарах и услугах и оптимизировать свои личные расходы.

Для этого в ходе мероприятия решаются следующие задачи:

* Познакомить участников с понятиями: потребитель, продавец, альтернатива удовлетворения потребностей, собственность, экономия, розничная и оптовая торговля, скидки и акции, наценка, стоимость владения, интернет-магазины, период охлаждения, аренда, владение, пользование, реклама, публичная оферта, риски.
* Сформировать понимание, что мы сталкиваемся с множеством альтернатив при покупке.
* Сформировать понимание важности планирования покупок.
* Дать знание о принципах формирования цены и стоимости владения.
* Сформировать умение критически относиться к рекламе.
* Сформировать умение выбирать оптимальный вариант покупки или аренды.

## КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕРОПРИЯТИЯ

Таблица 1. Основные параметры мероприятия.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Параметр мероприятия** | **Характеристика** |
| 1 | Тема | Информация о товарах и услугах и оптимизация расходов |
| 2 | Формат | Мастер-класс |
| 3 | Количество участников | 36 человек |
| 4 | Количество модераторов | 1 ведущий и 1 ассистент, который помогает переключать слайды, выдавать раздаточный материал и модерировать дискуссии в группах |
| 5 | Общая продолжительность | 120 минут |

На третий день лагеря, проводятся два мастер-класса с небольшим перерывом между ними. Тема мастер-классов: «Информация о товарах и услугах. Оптимизация расходов». Это продолжение темы про потребности и расходы, на которой участники лагеря подробнее знакомятся с тем, как грамотно совершать выбор товаров и услуг, где их можно покупать и как это делать выгоднее.

В этот день происходит усиление проблематизации вопросов управления личными финансами для школьников. Они видят, что привычные действия, такие как покупка продуктов, содержат в себе гораздо больше аспектов, связанных с их правами и обязанностями как потребителей, чем кажется на первый взгляд. Это формирует установку на ответственное отношение участников при выборе товаров и услуг, что впоследствии будет использовано при обсуждении финансовых услуг.

## ПЛАН МЕРОПРИЯТИЯ

Таблица 2. Первый мастер-класс

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Блок** | **Формат и краткое описание** | **Время** |
| 1 | Приветствие и анонс темы | Приветствие участников, презентация темы мероприятия | 3 минуты |
| 2 | Покупки: товары и услуги | Беседа о различных товарах и услугах | 8 минут |
| 3 | Альтернативы при выборе | Дискуссия на тему выбора.  Задача на альтернативные решения «Гарри и Гермиона» | 5 минут |
| 4 | Источники информации | Беседа о способах искать информацию о товарах и услугах. Реклама. | 28 минут |
| 5 | Закрепление пройденного материала | Задача на планирование отпуска: выбор альтернатив | 7 минут |
| 5 | Ценообразование и стоимость владение | Беседа о формировании цены товара. Объяснение, что такое «стоимость владения» | 6 минут |
| 6 | Где покупать | Беседа о приобретении товаров и услуг в различных местах.  Задача на выбор оптимального места покупок | 16 минут |
| **Итого** | | | **51 минута** |

Таблица 3. Второй мастер-класс

| **№** | **Блок тренинга** | **Формат и краткое описание** | **Время** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Спонтанные решения | Беседа о спонтанных покупках | 3 минуты |
| 1 | Способы экономии | Беседа о различных способах экономии.  Плюсы и минусы совместного пользования | 9 минут |
| 3 | Ценообразование и стоимость владение | Беседа о формировании цены товара. Объяснение, что такое «стоимость владения» | 6 минут |
| 4 | Где покупать | Беседа о приобретении товаров и услуг в различных местах.  Задача на выбор оптимального места покупок | 16 минут |
| 5 | Собственность | Беседа о том, что может случиться с собственностью. Документы при покупке | 9 минут |
| 6 | Аренда | Дискуссия на тему аренды как альтернативы собственности | 20 минут |
| 7 | Подведение итогов. Вопросы | Заключительное слово. Вопросы по пройденному материалу | 6 минут |
| **Итого** | | | **69 минут** |

## Технические требования и оформление помещения

Для проведения мастер-классов понадобится компьютер, проектор, калькуляторы и раздаточный материал (Приложение №2).

Для проведения первого мастер-класса необходимы стулья по количеству участников. Их можно расставить амфитеатром или же усадить школьников за столы (по примеру 3 рядов школьных парт или 3 длинных обеденных столов, за которыми школьники сидят по обе стороны, вполоборота к экрану). Школьникам обычно комфортнее сидеть продолжительное время за столами, чем без них.

Также будет полезен флипчарт с маркерами или учебная доска.

## Особенности формата

В ходе мастер-классов для раскрытия темы ведущий использует презентацию (Приложение №1). Презентация анимирована, поэтому в тексте можно встретить комментарий «(Щелкаем презентацию.)». Рекомендуется использовать заданный порядок слайдов.

В структуру мероприятий включены элементы беседы со слушателями – прямая речь выделена *курсивом*, варианты вопросов выделены в тексте ***полужирным курсивом***.

Ведущий может адресовать вопрос аудитории в целом или конкретному школьнику. На каждый полученный ответ ведущий дает школьнику обратную связь. По итогам обсуждения каждого вопроса ведущий дополняет и обобщает ответы слушателей, делает вывод. После каждого вопроса в скобках указаны рекомендации ведущему по ведению беседы или правильные ответы.

Ключевые идеи, которые важно донести участникам, подчеркнуты. Их рекомендуется проговорить, независимо от изменений ведущего, вносимых в текст сценария. Примеры, иллюстрирующие ключевые идеи, рекомендуется по возможности адаптировать под возрастные, региональные и другие особенности участников.

# СЦЕНАРИЙ МАСТЕР-КЛАССА №1

## ТИТУЛЬНЫЙ СЛАЙД – ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ВЕДУЩИХ (3 минуты)

*Здравствуйте!*

*Сегодня мы поговорим с вами о товарах и услугах и оптимизации расходов.*

***Расскажите, бывало ли у вас такое, что родители принесли из магазина несвежий продукт, и вы не знали, что с ним делать? Или, может быть, вы не сохранили гарантию на телевизор, а он сломался? Как вы поступали? А сталкивались ли вы с ситуацией, когда вам нужно было выбрать какой-либо товар, но вы не знали, как и с чего начать?***

***Кто-нибудь поделится подобным опытом?***

(Дети поднимают руки, чтобы поделиться своей историей, ведущий выбирает двух человек, чтобы выслушать их. Максимальное время на ответы – 2 минуты.)

*Итак, сегодня мы разберем с вами все названные проблемы и научимся их решать.*

*Во время мастер-классов мы решим несколько задач. Для их решения вам понадобятся калькуляторы. Вы можете воспользоваться калькулятором на своем телефоне или попросить его у нас.*

## СЛАЙД №2 «ПЕРВЫЙ МАСТЕР-КЛАСС» (0 минут)

## СЛАЙД №3 «ПОЧЕМУ МЫ СОВЕРШАЕМ ПОКУПКИ?» (5 минут)

***Друзья, почему вы совершаете покупки?***

*(Дети отвечают, что мы покупаем вещи, когда нам что-то надо или хочется.* Ведущий соглашается и подводит ответы детей к выводу об удовлетворении потребностей.)

*Действительно, вчера вы обсуждали, что, совершая покупки, мы удовлетворяем свои потребности. Таким образом, мы становимся потребителями.*

***Как вы понимаете слово «потребитель»?***

(Дети отвечают, что это человек, который приходит в магазин и покупает что-то. Ведущий говорит, что это правда, однако важно не забывать об одном существенном моменте.)

(Щелкаем презентацию.)

*Человек становится потребителем уже тогда, когда только думает о покупке.*

* ***Потребитель*** *– это человек, пользующийся, приобретающий или собирающийся приобрести товары и услуги для личного, домашнего, семейного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью.*

*Потребитель имеет право на полную и достоверную информацию о приобретаемом товаре или услуге, и Вы получаете такое право, когда только начинаете думать о покупке. Существуют товары и услуги, качество которых невозможно определить до потребления: к ним относятся книги, шампуни, машины и многое другое. Качество некоторых услуг сложно оценить даже после потребления, например, медицинские и образовательные услуги, услуги страховых компаний.*

*По Закону о защите прав потребителей, Вы можете требовать от продавца предоставления полной информации. Если бы потребителю не предоставлялись права, в том числе право на достоверную информацию до совершения покупки, то продавцы вели бы себя недобросовестно, и с целью увеличения своей прибыли выдавали бы низкокачественные и бракованные товары за товары высокого качества. В таких условиях с течением непродолжительного времени на рынке остаются лишь товары низкого качества, а остальные «вымываются». Поэтому законодательство закрепляет право потребителя и обязанности продавца вести себя в данном случае добросовестно.*

***Давайте подумаем, кто же такой продавец?***

(Дети дают свое определение, ведущий уточняет его следующим определением.)

(Щелкаем презентацию.)

* ***Продавец*** *– это частное лицо или организация, которая продает товары или услуги.*

*Все организации в России должны быть юридически зарегистрированы: Если речь дет о крупной компании с тысячами сотрудников, то она скорее всего будет зарегистрированная как акционерное общество (АО) или общество с ограниченной ответственностью (ООО). Если частное лицо занимается продажей товаров или оказанием услуг на постоянное основе с целью извлечения прибыли, то оно тоже должно быть зарегистрировано – в качестве индивидуального предпринимателя ИП. Помимо товаров мы покупаем услуги, и тогда необходимо понимать, кто является исполнителем услуги.*

* ***Исполнитель*** *– это любое лицо (предприятие, организация, фирма, частное лицо), выполняющее работу или оказывающее услуги по заказу, заданию другого лица или согласно договору работ и услуг.*

*Давайте разберем такой пример. В помещении продуктового магазина есть стойка, где вы можете за деньги распечатать фотографии.* ***К кому вы обратитесь, если фотографии пропечатались плохо?***

(Ведущий выслушивает ответы и подводит итог.)

*Если вы недовольны работой фирмы, напечатавшей вам фотографии, не имеет смысла предъявлять претензии магазину, ведь вам ответят, что магазин не несет ответственности за деятельность другой организации. Вам нужно обращаться непосредственно к тому, кто занимается печатью фотографий.*

## СЛАЙД №4 «УСЛУГА, ИСПОЛНИТЕЛЬ, ДОГОВОР» (3 минуты)

*В данном примере мы столкнулись с приобретением не товара, а услуги.*

* ***Услуга*** *– это деятельность организации-исполнителя, осуществляемая за плату и на основании договора с целью удовлетворения нематериальных нужд потребителя.*

*Как мы с вами говорили вчера, пользоваться услугами нам необходимо, потому что их предоставляют профессионалы, которые делают это качественно и сэкономят наше время, а иногда и деньги. Услуги нам оказывают, в том числе и финансовые организации, например, банки. Допустим, перед вами стоит выбор. У вас есть некоторая сумма денег, которую вы хотите сохранить и приумножить. Вы можете дать эти деньги в долг друзьям или положить деньги в банк.* ***Как вы думаете, какой вариант выгоднее для вас?***

*(Ведущий выслушивает ответы от участников. Если участники скажут, что банк вернет деньги с процентами, а друзья нет, можно ввести дополнительное условие, что друзья тоже вернут деньги с процентами. Ответ: Выгоднее положить деньги в банк, так как приумножением ваших средств займутся профессионалы. В случае займа друзьям, вы должны, во-первых, найти таких друзей, а во-вторых, быть уверенными, что они вернут вам деньги.)*

***Скажите, а в случае если мы******отдаем деньги в банк, обязан ли банк вернуть нам наши деньги? И почему?***

*(Ведущий выслушивает ответы от участников и подводит итог: при оформлении услуги, будь то финансовая услуга или нет, лицо, которое является ее заказчиком, заключает договор с тем, кто оказывает эти услуги).*

*Вот мы столкнулись с новым понятием – договор.* ***Друзья, кто-нибудь может объяснить, что это такое?***

(Дети высказывают свои предположения, после чего ведущий дает полное определение.)

* ***Договор*** *- это соглашение двух или более сторон об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей (ст. 420 ГК РФ).*

*В договоре освещаются все детали предстоящей сделки. Договор должен заключаться добровольно. В договоре все его содержание определяется сторонами, заключающими договор, и заключается он только в том, случае, если каждая из сторон согласна с любым пунктом договора. Подписывая договор, сторона берет на себя обязанности по выполнению условий договора. Поэтому обязательно внимательно читайте договор перед тем, как его подписывать!*

## СЛАЙД №5 «АЛЬТЕРНАТИВЫ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ» (5 минут)

*Как мы с вами обсудили: в случае, если вы собираетесь что-то купить, ваше решение должно быть добровольным. Когда мы принимаем какие-либо решения относительно покупки товаров и услуг, мы делаем выбор из нескольких альтернатив. Вы все школьники, и у вас есть потребность утром добраться из дома до школы. Некоторые недавно закончили 11 класс, поэтому такая потребность у вас исчезла, но зато появилась новая: добраться из дома до института. Чтобы реализовать данную потребность, мы сталкиваемся с альтернативой, то есть необходимостью выбора из нескольких взаимоисключающих друг друга возможностей. Наши альтернативы – это различные способы добраться до школы.*

***Расскажите, каким способом вы удовлетворяете эту потребность? Какими видами транспорта вы пользуетесь? Может быть, кто-то ходит пешком или ездит на велосипеде?******Объясните, почему вы добираетесь до школы именно таким образом?***

(Ведущий выбирает несколько человек, которые хотят ответить на вопросы. Если один школьник рассказал, что он ездит на автобусе, то ведущий должен спросить: «А кто-нибудь добирается до школы по-другому?», чтобы прозвучало несколько вариантов.)

*Итак, мы выслушали, как можно добраться до школы. А теперь решим задачу.*

(Ассистент раздает распечатки с задачей 1.)

*Гарри Поттер и Гермиона Грейнджер временно живут не в Хогвартсе, а в России. Гарри и Гермиона должны каждое утро добираться до магловской школы. Гарри живет в 4 км от школы, А Гермиона в два раза дальше. Рядом со школой располагается остановка автобуса, однако от дома Гарри до остановки этого автобуса нужно пройти около 500 метров. У Гарри есть велосипед, на котором он очень уверенно себя чувствует. У Гермионы тоже есть велосипед, но девочка боится ездить по автомобильным дорогам, а велосипедных дорожек по пути в школу нет. Автобусная остановка находится прямо возле дома Гермионы. Кому вы посоветуете ездить в школу на велосипеде, а кому на автобусе? Аргументируйте свой ответ.*

(Происходит разбиение на пары, то есть ведущий предлагает посовещаться с соседом 1 минуту, после чего спрашивает у одной пары ответ, а затем, согласны ли остальные с решением.

Решение и аргументация должны быть следующими. Гарри советуем ездить на велосипеде, потому что 4 км можно проехать довольно быстро, он уверенно себя чувствует, и ему не придется ходить пешком до автобусной остановки. Гермионе советуем автобус, так как он идет от дома до школы, и девочка боится ездить на велосипеде по улице, что неизбежно при расстоянии 8 км без велосипедных дорожек.)

*Итак, подведем итог. Мы можем удовлетворить наши потребности разными способами. Какие-то из них подходят нам больше других. Прежде чем сделать выбор, сравните их по различным признакам, и выберите оптимальный вариант.*

## СЛАЙД №6 «ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРАХ И УСЛУГАХ» (2 минуты)

*В начале нашего мастер-класса мы с вами говорили о том, что потребитель имеет право на получение полной и достоверной информации о товаре. Источниками информации являются информация продавца/исполнителя/изготовителя; специальные потребительские издания и совет специалиста, передачи и т.п.; независимые источники.*

*Особый вид информации, которую исполнитель предлагает потребителю, – договор. С точки зрения информации для потребителей, интересны письменные договоры, то есть соглашения, составленные в письменной форме. Как правило, их заключают при оказании сложных услуг – туристических, строительных и др. В этом случае фирма, как правило, предлагает потребителю стандартную форму договора, куда вписываются конкретные пожелания потребителя.*

*Однако есть и более компактные договоры услуг: билет в кино, театр; автобусный и билет на поезд и т.п.*

*Хотелось бы обратить ваше внимание на то, как важно внимательно читать договор, особенно тщательно вчитываться в мелкий шрифт и не стесняться задавать вопрос тому, с кем вы заключаете договор, если вам что-то непонятно.*

*А сейчас мы более подробно поговорим о таком особом виде информации продавца/исполнителя/ изготовителя, как реклама.*

## СЛАЙД №7 «РЕКЛАМА В НАШЕЙ ЖИЗНИ» (3 минуты)

* ***Реклама*** *– это любая информация о продукте или услуге, цель которой – продвижение продукта или услуги на рынке.*

*Заинтересованным лицом выступает рекламодатель – тот, чьи товары или услуги предлагаются потребителям. Именно он предоставляет информацию, на основании которой делают телевизионный рекламный ролик или составляют газетное объявление.*

*Задача рекламы – прямо или косвенно заставить нас приобрести данный товар, либо товар этой фирмы, либо обратиться к услугам конкретной организации (магазина, банка, туристической компании и т. п.).*

*Важно понимать, что информация, которую мы видим в рекламе, не целиком является достоверным фактом. Давайте разберем на примере объявления в газете: «Только у нас лучшие платья в городе по самым низким ценам. У нас одеваются знаменитости!» В данном объявлении фактом является только то, что магазин торгует платьями, а всю остальную информацию надо проверять. Точно ли у них лучшие платья по самым низким ценам, или есть магазин, где качество выше, а цены ниже? Кого считать знаменитостями и где этому есть доказательства?*

## СЛАЙД №8 «ГДЕ МЫ СТАЛКИВАЕМСЯ С РЕКЛАМОЙ?» (3 минуты)

*Реклама многообразна.*

*Это сообщения по радио и телевидению, информация в газетах и журналах, наружная реклама (стенды и световые табло на улицах и крышах домов, надписи на автобусах и такси), различные листовки и буклеты. Кроме того мы сталкиваемся с рекламой в интернете, так называемой контекстной рекламой. Контекстная реклама — тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы, предыдущими запросами пользователя в поисковых системах, то есть потенциально соответствует сфере интересов потребителя. Разумеется, это повышает вероятность отклика на рекламу.*

*Особый вид рекламы «продакт-плейсмент» (от английского «*product placement*», что в переводе означает «размещение продукции») – приём неявной (скрытой)*[*рекламы*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0)*, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах, на иллюстрациях и картинах — имеет реальный коммерческий аналог. Обычно демонстрируется сам рекламируемый продукт, либо его логотип, или упоминается о его хорошем качестве.*

*Несмотря на то, что нужно критически относиться к содержанию рекламы, не стоит ее полностью игнорировать. Иногда реклама может быть действительно полезна,* *сокращая издержки поиска и выявления информации о товарах, услугах и продавцах. Например, если вы ищите выпускное платье или костюм, и вдруг видите рекламу такого магазина.*

## СЛАЙД №9 «КАК НЕ СТАТЬ ЖЕРТВОЙ РЕКЛАМЫ» (4 минуты)

*Сейчас мы поговорим о том, как не стать жертвой рекламы на примере продовольственных товаров.*

(Щелкаем презентацию перед каждым пунктом.)

* *Внимательно читайте информацию на упаковке. На пакете молока, который выглядит как литровый, очень вероятно найти надпись, что объем – 900 мл. А рядом будет пакет 1 л за такую же цену. Зачем же брать меньший объем?*
* *Читайте состав. Наглядный пример – сосиски без сои. Соя часто используется как недорогой и полезный заменитель мяса и молочных продуктов. «Немясные» сосиски можно изготовить из соевого текстурата или жировой эмульсии. Изготовитель вправе написать на сосисках, что они «без сои», что будет чистой правдой. Покупатель автоматически думает, что сосиски из натурального мяса. Только прочитав состав, покупатель сможет узнать, что они не из мяса, не из сои, а из жировой эмульсии.*
* *Не делайте свой выбор исходя из надписей: «Рекомендовано ассоциацией стоматологов» или «Протестировано клиникой НИИ питания РАМН». Это обычная рекламная уловка, ведь из двух аналогичных товаров, покупатель больше склонен доверить «проверенному» авторитетным учреждением. Такого рода рекомендации выдаются на коммерческой основе и не гарантируют реальной проверки.*
* *Критически относитесь к надписям «нано», «инновационный», «эко», «био» и «без гмо», «натуральный», «фермерский». Все продукты с приставкой «нано» не имеют никакого отношения к госкорпорации «Роснанотех» и нанотехнологиям. В США и Евросоюзе есть единые требования для производства продуктов «био», а в России – нет. Поэтому эти маркировки не должны служить для вас ориентиром при покупке.*

***Друзья, может быть, вы сами сможете добавить какое-нибудь правило для того, чтобы не стать жертвой рекламы?***

(Ведущий комментирует ответы с точки зрения применимости предложенных правил.)

## СЛАЙД №10 «РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ» (10 минут)

***Друзья, давайте посмотрим несколько рекламных роликов и потренируем навык критичного отношения к рекламе. После каждого ролика я попрошу вас разделить представленную информацию на фактическую и на обычные рекламные уловки, которые не являются достоверным фактом.***

(Ниже приведены примеры видеороликов, которые могут быть использованы на мероприятии. Возможно, также использование других самостоятельно найденных роликов.)

* Ролик №1 «Cillit Bang» <https://www.youtube.com/watch?v=HnXMRDg7Eg0>

(Ожидаемый ответ: факт в данной рекламе только то, что «Cillit Bang» - чистящее средство. «Уборка – одно удовольсвие» – рекламный просто слоган, и нет никакой гарантии, что вам не придется прикладывать усилия. Профессиональный танцор и акробатические трюки – рекламные уловки, призванные привлечь внимание.)

* Ролик №2 «Old Spice Багамы» <https://www.youtube.com/watch?v=cTwQ6T7kab4>

(Рекламными уловками являются роскошные декорации яхты, билеты и бриллианты, при том, что это не розыгрыш призов. Будто бы обладание подобным дезодорантом включает в себя и эти блага, что на самом деле, конечно, не так.)

* Ролик №3 «Витамины для детей» <https://www.youtube.com/watch?v=nqLrxYxYif4>

(Дети не могут обладать такими физическими возможностями даже после приема витаминов.)

* Ролик №4 «Банк «Открытие» <https://www.youtube.com/watch?v=hbM5eMn1tBI>

(Данный рекламный ролик – пример полного отсутствия фактической информации. Известный футболист лишь привлекает внимание к банку, но зритель не получает никакой достоверной информации о деятельности данного банка.)

* Ролик №5 «Денежный перевод «Золотая корона» <https://www.youtube.com/watch?v=Mji_IjJKFMc>

(Денежный перевод, как и любая финансовая операция, не может быть совершен моментально. Потребуется некоторое время, а значит моментальное получение денег мамой Веры Брежневой – рекламная уловка. Плюс в ролике не сказано ничего о комиссиях, которую возьмет банк или другая финансовая организация с сумы денежного перевода, но об этом подробнее речь пойдет на другом мастер-классе.)

## СЛАЙД №11 «ПУБЛИЧНАЯ ОФЕРТА» (3 минуты)

***Кто-нибудь видел на рекламном объявлении внизу надпись «Не является публичной офертой»? Знаете, что это такое?*** (Ведущий слушает ответы, если есть правильный - подчеркивает его и резюмирует.)

(Щелкаем презентацию.)

* ***Публичная оферта*** *– это предложение (в том числе в форме рекламного сообщения) всем желающим заключить сделку на определенных условиях.*

*Например, если в рекламе магазина написано: «Телевизоры на любой вкус», то такое объявление не является публичной офертой, так как детали не уточнены. Но если реклама такого рода: «Телевизор LG 500 по цене 15000 рублей», такое предложение будет являться публичной офертой, т.к. все основные параметры сделки оговорены.*

*Потребитель вправе требовать от продавца заключения сделки на условиях, прописанных в публичной оферте. То есть продавец не имеет права изменить срок гарантии или повысить цену. Если в рекламе сказано, что цены действуют до такого-то числа, то цена может измениться только на следующий день после указанного срока. В этом случае реклама является официальным документом. И если продавец пытается изменить условия сделки, объявленные в рекламе, вы можете смело отстаивать свои права.*

*Давайте разберем следующий пример. При предыдущем посещении кафе вам дали флаер, в котором указано, что до 1 сентября чашка кофе «Ванильный капучино» 200 мл стоит всего 89 рублей. Вы внимательно изучили флаер и не нашли надписи «Не является публичной офертой». Вы пришли в кофейню, чтобы заказать себе «Ванильный капучино», но официант говорит, что он закончился, но есть «Капучино со сливками» за 159 рублей. Что вы будете делать?*

(Правильный ответ – отстаивать свои права и требовать заключения сделки на условиях, указанных в публичной оферте. Кроме того, написать свой отзыв об этом кафе, в том числе в Интернете.)

## СЛАЙД №12 «СРАВНИВАЕМ И ВЫБИРАЕМ ПОПУЛЯРНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ» (3 минуты)

* Чтобы найти действительно выгодное предложение, нужно не полениться и потратить время. Вы можете ознакомиться с отзывами и примерными ценами на популярных ресурсах: [*irecommend.ru*](http://irecommend.ru), [*otzovik.com*](http://otzovik.com), [potrebiteli.ru](http://potrebiteli.ru), [otzivo.ru](http://otzivo.ru/) и других подобных сайтах. Это удобный инструмент для сравнения и выбора лучшего товара среди аналогов.
* Подумайте, где выгоднее закупить продукты на неделю? Сравните цены на определенную корзину продуктов в больших гипермаркетах с магазином рядом. Сделав это один раз, вы сможете ходить туда постоянно и каждый раз экономить. Также вы можете воспользоваться различными приложениями или сайтами, собирающими все акции и скидки на товары. Например, приложение «Едадил» - вводите название товара и смотрите в каком из магазинов он стоит дешевле.
* При выборе одежды сравните цены в магазинах с ценами в интернет-магазинах.
* Не забудьте посмотреть на цены на товары для дома (бытовую химию, швабры, емкости для хранения) в супермаркете, а потом зайдите в специализированный магазин.
* Товары категории «Красота и здоровье» можно найти в парфюмерно-косметических магазинах и в аптеке. Сравните цены там и там, почитайте отзывы и остановитесь на оптимальном варианте.
* Путевку на морское побережье можно купить в туристическом агентстве, а можно самостоятельно купить билет на [*aviasales.ru*](https://www.aviasales.ru) или [momondo.ru](http://www.momondo.ru/) и забронировать гостиницу на [*booking.com*](http://www.booking.com) или [kayak.ru](https://www.kayak.ru) . Рассмотрите оба варианта, сравните, что получится выгоднее.

***Друзья, кто-нибудь пользовался этими или аналогичными сайтами? Вы нашли там интересующую вас информацию?***

## СЛАЙД №13 «ПРИМЕНЯЕМ ЗНАНИЯ И ЕДЕМ В ОТПУСК» (7 минут)

*Сейчас мы решим с вами задачу. После того, как вы получите условие задачи, у вас будет 5 минут для того, чтобы решить ее. Вы можете решать задачу в паре с соседом. После этого, я начну спрашивать ответы, и мы проверим ход решения все вместе.*

(Ассистент раздает распечатку с задачей 3. Школьники решают ее в течение 5 минут, ведущий молчит.)

(Щелкаем презентацию.)

Самостоятельно Айя-Напа: 14 500+2 100\*7+(200+350+400) \*7=35 850 рублей

Самостоятельно Ибица: 16 000+3 500\*7=40 500 рублей

Айя-Напа от «Отдохни»: 48 500+20\*75=50 000 рублей

Ибица от «Море и пляж»: 56 585\*0,92=52 058,2 рублей

*Мы выберем самостоятельно организованный тур в Айя-Напу.*

# СЦЕНАРИЙ МАСТЕР-КЛАССА №2

## СЛАЙД №14 «ВТОРОЙ МАСТЕР-КЛАСС» (0 минут)

## СЛАЙД №15 «СПОНТАННЫЕ ПОКУПКИ» (3 минуты)

*Для того чтобы сравнить несколько моделей смартфонов, нам нужно время, чтобы изучить форумы, сравнить цены в магазинах и т.д. Если мы совершим такую покупку спонтанно, просто зайдя в магазин и купив первый попавшийся смартфон, мы можем столкнуться с неприятными последствиями, такими как:*

* *неоправданно дорогая покупка;*
* *плохое соотношение «цена-качество»;*
* *ненужная покупка.*

*Если вы спонтанно купили зубную пасту, и вам не понравился ее вкус, то последствия будут не слишком обременительны для вас, потому что вы потратили не очень большую сумму денег. Но если предметом вашей спонтанности стал смартфон, то вы можете столкнуться с более серьёзными последствиями. Допустим, у спонтанно купленного смартфона отсутствуют какие-либо нужные вам функции, и вы постоянно испытываете дискомфорт. При этом не забывайте, что потратили довольно крупную сумму денег и не получили желаемого результата. Поэтому крупные покупки так важно планировать.*

***Ребята, скажите, какие спонтанные покупки совершаете вы чаще всего? Что вас подталкивает совершать такие покупки?***

(Скорее всего, большинство ответов будет связано с покупкой продуктов питания, канцелярских товаров и т.д. Ведущий обращает внимание, что действительно спонтанным покупкам часто способствуют скидки и акции, и говорит, что о них речь пойдет позже.)

## СЛАЙД №16 «ОТ ПЛАНИРОВАНИЯ К ЭКОНОМИИ» (7 минут)

*Планируя покупку, вы не должны обходить своим вниманием различные способы сэкономить. Зачем нам экономить? Вспомним вчерашний мастер-класс. У нас неограниченное количество потребностей, и на все денег может не хватить. Если мы научимся экономить – сможем удовлетворить больше наиболее ценных для нас потребностей. Одним из способов экономить является оптовая торговля.* ***Кто-нибудь знает, в чем ее отличие от розничной?***

(Ведущий выслушивает ответы и выбирает правильный, если есть. Если нет, дает следующее определение.)

* ***Оптовая торговля*** *– это купля-продажа товаров «партиями», а розничная – поштучно.*

*Запомните, что, покупая товар партией, вы можете сэкономить. Конечно, ваша семья, если в ней всего 3-4 человека не всегда может воспользоваться оптовой торговлей. Однако вы можете договориться с друзьями или соседями и сделать большой и выгодный для вас заказ.*

*Друзья, иногда магазины снижают цены практически на весь ассортимент товаров в* период распродаж, когда действуют различные акции и скидки.

*Акции и распродажи могут быть другим способом сэкономить деньги. Однако относитесь к ним критично. Задайте себе вопрос: «Нужна ли мне эта вещь?». Если вы путем сравнения нескольких моделей, выбрали себе смартфон, и вдруг увидели в специализированном магазине на него скидку – покупайте.*

*Однако если вы зашли в супермаркет за молоком и хлебом, и увидели акцию: «Три формы для выпечки кексов по цене одной!», задумайтесь, нужна ли вам эта покупка. Скорее всего, вы придете к отрицательному ответу, ведь вместо экономии, вы можете просто попасть под влияние уловки продавца и наоборот потратить деньги на ненужную вещь». Проговорите про себя фразу: «И без скольких вещей можно обойтись!», и вам сразу станет легче преодолеть спонтанно возникшее желание что-то купить по акции.*

***Друзья, может кто-нибудь знает, когда начинается жаркая пора массовых распродаж?***

(Если будут правильные ответы, выделяем их. Если нет, просто рассказываем дальше.)

*Рассмотрим для примера распродажи одежды. Массовые распродажи начинаются в первой декаде июля. Первые скидки около 5-10%, зато ассортимент товаров еще достаточно большой, и вы легко найдете свой размер. К концу сезона распродаж в конце июля – середине августа, скидки могут достигнуть и 70%, но нужных размеров уже может не быть.*

*Важное замечание: обычно скидки такого рода не суммируются со скидками по дисконтным картам, которые у вас могут быть. Дисконтные карты, как правило, выдаются при покупке на определенную сумму и дают право на получение скидки при последующих покупках. Дисконтная карта – хороший способ получать скидку, когда нет распродаж. Однако, если оформление такой карты платное, подумайте, точно ли вы вернетесь в этот магазин еще раз. Не отдавайте деньги за то, чем не будете пользоваться.*

*Когда вы ищете вещь со скидкой, внимательно изучайте ценники – иногда на стойке «-50%» висят вещи, скидка на которые гораздо меньше или ее нет вообще. Будет обидно, если ваша покупка будет не такой выгодной, как вы рассчитывали.*

*Во время распродаж продавцы всеми силами пытаются заставить покупателей потратить как можно больше денег. С целью заставить покупателя что-то купить проводится акция, когда за две приобретенные вещи вам в подарок предлагают третью бесплатно. В результате вы приобретаете ненужные вам вещи. Старайтесь контролировать себя и не поддаваться на уловки продавцов и внимательно читайте условия акций, иногда важное пишется мелким шрифтом!*

***Давайте ответим, зачем вообще продавцу распродажи?***

(Правильные ответы: продать товар с истекшим сроком (это не только продукты, но и устаревшие модели техники, одежды), заставить покупателя купить обычно не покупаемый товар, чтобы его покупали дальше (так выводят на рынок новые для магазина товары, например), заставить покупателя чаще ходить в магазин (вдруг новая распродажа) и совершать спонтанные покупки, заставить покупателя купить то, что обычно он бы не купил (для слабо востребованных товаров.)

*Некоторые магазины вводят в заблуждение покупателей, говоря, что возврат товаров, приобретенных с большими скидками, осуществляться не будет. Это обман. Любая вещь, купленная на распродаже, может быть возвращена в магазин или обменена в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей». Продавец может не принять у потребителя товар, если вещь была уценена из-за брака, и покупатель был уведомлен об этом.*

*Запомните, если продавец отказывается принимать уцененную вещь надлежащего качества – он не прав. Отстаивайте свои права.*

## СЛАЙД №17 «СОВМЕСТНОЕ ПОЛЬЗОВАНИЕ» (2 минуты)

*Продолжаем говорить об экономии. Мы уже упомянули раньше, что для совершения оптовых покупок, вы можете объединиться с соседями и друзьями. Совместное пользование возможно и для покупки, и для аренды, и для приобретения услуг. Выгода заключается в повышении интенсивности использования, то есть мы тратим меньше денег на владение, эксплуатацию, и в случае форс-мажора, разделим компенсацию ущерба с нашим совладельцем. Приведем простой пример. Приобретая дорогой моющий пылесос вместе с соседями, мы повышаем интенсивность его использования.*

***А какие минусы вы видите в совместном владении пылесосом?***

(Могут возникнуть противоречия по эксплуатации пылесоса; он может понадобиться одновременно обоим соседям; если гарантийный срок уже истек, кто в случае поломки пылесоса должен тратиться на его ремонт: тот, у кого он непосредственно сломался или соседи должны совместно нести расходы на ремонт.)

## СЛАЙД №18 «КАК ФОРМИРУЕТСЯ ЦЕНА ТОВАРА» (4 минуты)

*Мы поговорили о способах экономить, а теперь перейдем к ценам. Цена любого потребительского товара формируется, в первую очередь, исходя из себестоимости. Себестоимость - это затраты на производство товара: цена сырья, вспомогательные материалы, зарплата работников, другие дополнительные расходы, налоги и отчисления, которые платит продавец государству, и другие затраты, которые несет производитель товара.*

*Вот мы держим в руках шоколадку.*

(Ведущий берет в руки шоколадку.)

***Давайте подумаем, из каких компонентов складывается ее производственная себестоимость?***

(Ведущий выбирает того, кто первым поднимет руку, и выслушивает его ответ. Он должен быть примерно следующим: цена шоколада, цена обертки, зарплата работницы шоколадной фабрики, налоги продавца, затраты на амортизацию оборудования (постепенное изнашивание основных средств и перенесение их стоимости на выпускаемую продукцию по мере их физического и морального износа) по производству плиток шоколада и упаковки шоколадки.)

*Кроме того, в цену товара производитель закладывает свою прибыль. Прибыль – это разница между доходом и суммарными затратами. Из суммы себестоимости и прибыли получается отпускная цена – та, по которой производитель продает свой товар различным организациям, например продуктовым магазинам. Как оптовики, так и розничные торговые сети или магазины добавляют к цене товара свою торговую надбавку. Плюс к вышеназванному в розничную цену всех товаров включается налог на добавленную стоимость (НДС), который продавец платит государству. При этом он закладывает его в стоимость товара, чтобы получить прибыль.*

*У каждого из нас есть выбор. Мы можем отправиться, например, на оптовые рынки, на которых продают фрукты и овощи без наценки, и где закупаются сами продуктовые магазины. При этом мы должны понимать, что для того, чтобы посчитать выгоду от покупки на рынке необходимо заложить в цену фруктов и овощей транспортные расходы. Или же мы можем купить фрукты-овощи в розничных магазинах, которые оказывают нам услугу, привозя продукты прямо к дому, за что мы и платим некоторую сумму сверх себестоимости товара.*

## СЛАЙД №19 «СТОИМОСТЬ ВЛАДЕНИЯ» (2 минуты)

*Стоимость вещи для нас определяется не только ее ценой, мы должны понимать, что, приобретая вещь, мы берем на себя ответственность как ее собственник. Мы обязаны думать о хранении вещи, о правильной эксплуатации во избежание поломки, чтобы эта вещь не причиняла кому-то неудобств и о многих других сопутствующих вещах. Довольно часто это выливается в дополнительные расходы. Иногда собственность становится бременем. Если вы живете в огромной квартире, коммунальные платежи за которую составляют половину вашей зарплаты, то нужно задуматься о целесообразности такого владения.*

*Друзья, очень важно понимать, что такое «стоимость владения». Стоимость владения – не цена вещи; это регулярные расходы, продолжающиеся вследствие приобретения вещи и пользования ею. При этом мы учитываем наши затраты не только в денежном выражении, но и во временном. Если, например, мы купили автомобиль и каждый день тратим 5 часов на дорогу вместо 3 часов на общественном транспорте, то мы должны учитывать эту ежедневную потерю двух часов при покупке автомобиля. За эти 2 часа мы бы могли, например, зарабатывать деньги, а не проводить их в пробке.*

*Если владение слишком дорого, оптимальным вариантом станет приобретение услуги. Например, если нам нужно распечатать 800 страниц, то мы можем воспользоваться услугой печати, чтобы не нагружать домашний принтер. Из-за чрезмерного использования он может сломаться, и ремонт обойдется нам дороже. Но, если нам нужно распечатать 800 страниц цветных картинок, то такая услуга печати может стоить дороже самого принтера.*

*Не забывайте при покупке учитывать другие факторы кроме цены и просчитывать возможные альтернативные варианты!*

## СЛАЙД №20 «ПОКУПКА в МАГАЗИНЕ» (8 минут)

*Классическим местом торговли остается магазин.*

*Давайте научимся определять по-настоящему выгодное предложение в магазине и решим задачу. Ваша цель – посчитать цену продуктовой корзины в каждом магазине и выбрать наиболее выгодный вариант.* (Ассистент раздает условие задачи 2.)

*Вы можете объединиться с соседом и решать задачу в парах. У вас есть 5 минут для решения. После этого, я спрошу у кого-нибудь из вас ответ и мы все вместе проверим ход решения.*

(5 минут школьники решают задачу, ведущий молчит. Во время решения задачи возможно присутствие модераторов возле каждого стола, которые отвечают на вопросы школьников или дают небольшие подсказки, которые помогут большему количеству школьников прийти к правильному ответу.)

(Щелкаем презентацию.)

*Итак, проверим расчеты. Вот такая стоимость товаров в представленных магазинах. Не забываем, что во «Вкусно» у нас скидка в размере 10%, а в «Полезно» мы получим скидку 50 рублей.*

«Вкусно»: (20+2\*61+3\*18+89+70+0,3\*650)\*0,9=495 рублей

«Полезно»: 22+2\*52+3\*19+95+82+0,3\*630-50=499 рублей

«Дешево»: 19+2\*53+3\*18+90+63+0,3\*609=514,7 рублей

*Выгоднее совершить покупку во «Вкусно».*

## СЛАЙД №21 «ВНЕМАГАЗИННЫЕ МЕТОДЫ ТОРГОВЛИ» (8 минут)

***Помимо магазинных способов торговли, существуют и внемагазинные. Друзья, а вы покупали что-нибудь не в магазине? Может быть, заказывали по каталогу или в интернете? Почему вы сделали такой выбор?***

(Щелкаем презентацию.)

*Первый внемагазинный метод - посылочная торговля. Технология заключается в следующем. Продавец издает каталог, где приводит описание товаров, указывает их цены и распространяет этот каталог среди будущих покупателей. Возможно, дополнительно продавец будет давать рекламу, рассказывать о товарах с помощью объявления в газете, журнале, на радио или на телевидении. Покупатель, изучив информацию, выбирает товар, оплачивает его, оформляет бланк заказа и пересылает его продавцу (у некоторых фирм есть возможность принять заказ по телефону). Получив бланк заказа, продавец доставляет товар покупателю по почте или через собственную доставку. Аналогичная схема при заказе из телемагазина.*

*К плюсам данной формы торговли относится возможность приобрести редкий товар, которого нет в магазинах. Второй плюс в том, что вы совершаете покупки прямо из дома. Однако потребителя, решившего воспользоваться посылочной торговлей, могут ожидать и неприятности. Во-первых, не исключено мошенничество, и вам не пришлют оплаченную вещь. Во-вторых, выбирая по каталогу, а тем более по черно-белой газетной картинке одежду, обувь и другие товары, вы должны понимать, что в действительности вещь может быть далеко не так красива, как на постановочной фотографии, выполненной профессиональным фотографом. В-третьих, с момента оформления заказа до фактического получения товара проходит довольно много времени (от недели до трех месяцев). За этот срок вы можете либо передумать, либо найти аналогичный товар в обычном магазине. Но вернуть уплаченные деньги будет довольно сложно, хотя такое право у вас есть. В-четвертых, если вы купили недоброкачественный товар в обычном магазине, то на основании Закона «О защите прав потребителей» вы можете спокойно предъявить свои претензии продавцу. К примеру, попросить его заменить товар. При покупке через телемагазин сделать это будет гораздо сложнее. Наконец, товары, отправляемые по почте, могут быть украдены или просто потеряться. При этом, некоторые из них вы оплачиваете сразу при заказе, а не при получении.*

*Многие фирмы, которые используют посылочную торговлю, гарантируют возврат денег в том случае, если товар не понравился потребителю, и он заявил об этом в течение определенного срока – так называемого «периода охлаждения». В России вы должны заявить о том, что вы передумали в течение 7 дней со дня получения товара.*

*Таким же образом осуществляют свою деятельность и интернет-магазины.*

*Еще одним внемагазинным методом торговли являются прямые продажи. В этом случае продажи осуществляются независимыми распространителями (которые могут также называться дистрибьюторами, представителями, консультантами) в месте, где находится покупатель. Эта форма удобна для потребителя: не вы идете в магазин, а товар «идет» к вам.*

*Прямые продажи предусматривают демонстрацию товара и рекомендации по его использованию. Так потребитель получает возможность подробно ознакомиться с товаром, протестировать его, составить собственное мнение о товаре, принять решение о приобретении, а также получить товар в удобном для него месте и в удобное время.*

*Обратите внимание, что есть торговые агенты, которые не представляют какую-то фирму, а действуют на свой страх и риск. Они приобретают партию товаров за свои деньги, а потом перепродают их. Предположим, товар, который вы купили, оказался некачественным. Если агент работает от фирмы, у вас есть шанс заменить негодную вещь. Но если он «одиночка», скорее всего, вы его больше никогда не увидите.*

*Обратите внимание, что под действие Закона о защите прав потребителя вы попадаете в том случае, если продавец является индивидуальным предпринимателем, поэтому запросите у распространителя его реквизиты как ИП:*

* *личные данные (Ф.И.О., телефон и т. д.);*
* *информацию о компании, продукцию которой он представляет, условиях возврата товара;*
* *информацию о гарантии (в случае ее наличия).*

*Нетрудно догадаться, что торговля в электричках относится к прямым продажам. Поделитесь своим опытом подобных покупок, если он имеется.* ***Нравится ли вам такой способ, когда «товар идет к вам», или, может быть, он вызывает раздражение?***

(Ведущий спрашивает пару человек.)

*Еще одним способом внемагазинной торговли является блошиный рынок. Это часто стихийное скопление продавцов в оживленном месте, где можно встретить самый разнообразный товар (часто и антикварный) по очень низким ценам. Это несомненный плюс такого способа торговли, однако, Закон о ЗПП в этом случае тоже не работает, вы можете столкнуться с недобросовестными торговцами, подделками и вещами очень низкого качества.*

*Итак, мы поговорили о наших потребностях и о том, как мы удовлетворяем их, совершая покупки. Разобрались, как выбирать и почему это важно делать обдуманно. Упомянули различные способы экономии и рассмотрели процесс ценообразования.*

*Сейчас мы сделаем перерыв, после которого я жду вас здесь.*

## СЛАЙД №22 «ЧТО МОЖЕТ СЛУЧИТЬСЯ С СОБСТВЕННОСТЬЮ?» (3 минуты)

*Сейчас мы поговорим о том, что происходит после того, как вы стали владельцем некоторой вещи.*

*Представим, что вы купили нужную вам вещь после тщательного планирования покупки. Возможно, даже со скидкой.* ***Какие неприятности могут случиться во время ее использования?*** (Ведущий слушает ответы, подмечает близкие к истине. Если кто-то говорит «вещь может разонравиться», то ведущий уводит беседу в русло «объективных рисков.)

*Во-первых, вы можете потерять вещь, или она может быть украдена.*

*Во-вторых, вещь может быть повреждена или сломана как по вашей вине, так и не по вашей – например, если вещь была с браком.*

*В-третьих, характеристики вещи могли оказаться не совпадающими с вашими ожиданиями при покупке или с информацией, предоставленной продавцом. Например, рассада вьющейся вертикальной клубники.* *Несоответствие товара заявленным характеристикам в данном примере расследовалось Международной конфедерацией общества потребителей (КонфОП), так как реклама данной рассады была массовой в газетах и журналах, в результате недобросовестной информации продавца пострадало огромное число потребителей.*

## СЛАЙД №23 «ДОКУМЕНТЫ ПРИ ПОКУПКЕ» (6 минут)

*Итак, мы выяснили, что вы можете приобрести вещь ненадлежащего качества, а значит, у вас есть риск быть обманутым.*

* ***Риск*** *– это вероятность наступления неблагоприятного события.*

*В нашем случае риск – это купить бракованную или испорченную вещь. Для защиты своих прав при поломке или повреждении вещи или же при порче продуктов не по вашей вине, вам понадобятся документы.*

* *Во-первых, чек. Чеки бывают двух видов – кассовые и товарные. Кассовый чек печатается только при помощи специального аппарата и является свидетельством того, что вы оплатили товар. Товарный чек – официальная бумага, которая является расшифровкой кассового чека. В товарном чеке указываются: дата и точное время совершения покупки, артикул приобретенного товара, подпись и ее полная расшифровка лица, которым был оформлен и предоставлен чек. В случае отсутствия кассового аппарата, покупатель может требовать товарный чек.*
* *Во-вторых, это гарантийный талон. Его выдают при покупке товаров, на которые распространяется гарантия продавца, то есть его обязательство выполнять бесплатный ремонт или замену деталей.*
* *В-третьих, это договор, если покупка товара или услуги им сопровождалась. В течение двух лет рекомендуется хранить чеки, товарные чеки и этикетки, чтобы вы смогли без проблем вернуть товар. Однако помните, что отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт и условия покупки товара, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.*

*Если вы приобретаете товар длительного пользования, например, бытовую технику, сохраняйте чек и гарантийный талон на все время гарантийного обслуживания. Имейте в виду, что чеки имеют свойство выцветать, поэтому разумно будет снять с него ксерокопию или сфотографировать. Храните оригинал или копию чека в местах, исключающих температурное воздействие, воздействие солнца и воды. Рекомендуем завести ящик или коробку для документов такого рода.*

*Кроме того, полезно сохранять чеки на дорогостоящие товары вплоть до конца срока их использования. Чеки могут пригодиться в случае кражи вещи или для доказательства, что вещь действительно принадлежит вам.*

*Ребята, мне нужен доброволец для того, чтобы разыграть возможную сцену в магазине бытовой техники.*

(Ведущий выбирает добровольца.)

*Итак, вы купили телевизор, и он сломался не по вашей вине. У вас есть на руках чек и гарантийный талон. Я продавец.*

(Далее представлен возможный сценарий развития событий. Цель ведущего-продавца – не принять телевизор на ремонт. Школьник должен отстаивать свои права – правильные ответы представлены ниже. В случае затруднения ему может помочь зал.

Ведущий: «Здравствуйте, в чем ваша проблема?»

Доброволец: «У меня сломался телевизор, и я хочу сдать его в ремонт.

В: «А чек у вас есть?»

Д: «Есть.»

В: «А гарантийный талон у вас есть?»

Д: «Есть.»

В: «Я смотрю, у вас сегодня последний день гарантийного обслуживания, а ремонт дело долгое. Значит, ремонт уже не войдет в вашу гарантию.»

Д: «Гарантийный срок – это срок, в течение которого я могу сдать в ремонт купленную вещь, поэтому я могу сделать это даже в последний день.»

В: «Ну, ладно. Я вижу, что ваш телевизор был куплен на распродаже. Тогда вы не можете его сдать в ремонт!»

Д: «Это не так. Согласно Закону о защите прав потребителей, ремонт и возврат распространяется и на вещи, купленные на распродаже.

В: «Что ж, я вынужден принять ваш телевизор в ремонт.»)

## СЛАЙД №24 «ПОКУПАТЬ ИЛИ АРЕНДОВАТЬ» (8 минут)

***Друзья, кто-нибудь жил или может быть живет с родителями в съемной квартире? Может быть, ваши старшие братья/сестры или друзья снимают жилье? Расскажите, какие плюсы и минусы вы в этом видите?***

(Ведущий дает слово нескольким школьникам.)

*А теперь мы перейдем к услугам. Разберем аренду, с финансовой точки зрения. Оказывается, аренда, как и оптовая торговля, скидки и распродажи, может быть способом сэкономить.*

*Чтобы понять это, давайте, решим задачу.*

(Щелкаем презентацию.)

*Доктор Хаус получил предложение поработать в России. Его рабочий контракт будет длиться 3 года, и в это время ему надо где-то жить. Рядом с работой сдается однокомнатная квартира за 20 000 в месяц. В доме напротив продается точно такая же квартира за 3 миллиона рублей. Посчитайте, что будет выгоднее: снимать или покупать?*

(Щелкаем презентацию.)

*Аренда: 20 000\*12\*3=720 000 рублей.*

*Покупка: 3 000 000 рублей.*

*Итак, мы видим, что арендовать квартиру будет выгодней, чем покупать. Однако при покупке квартиры потом ее можно будет продать и возможно, даже по более высокой цене, ведь там жил сам доктор Хаус, но тогда придется, скорее всего, заплатить за услуги риэлторов, которые займутся продажей квартиры и оплатить пошлины за государственную регистрацию договора купли-продажи.*

*Давайте разберемся с понятиями и определением аренды.*

(Щелкаем презентацию.)

*Арендодатель (наймодатель) – это тот, кто сдает в аренду. Арендатор (наниматель) – то, кто берет в аренду.*

*В соответствии с абз. 1 ст. 606 ГК РФ по договору аренды (имущественного найма), арендодатель (наймодатель) обязуется предоставить арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование. Действующим законодательством предусмотрено, что в аренду могут быть переданы только неупотребляемые вещи, которые не теряют своих натуральных свойств в процессе срока действия договора аренды и не уничтожаются. Разделение это весьма условное, ведь в процессе потребления и машина, и техника и отделка квартиры изнашиваются. Просто происходит это гораздо медленнее.*

*Например, в аренду можно сдать квартиру, машину, технику, одежду. Нельзя сдать в аренду продукты питания, потому что они в процессе уничтожаются, то есть являются потребляемыми товарами.*

## СЛАЙД №25 «ПОКУПАТЬ ИЛИ АРЕНДОВАТЬ» - 2 (5 минут)

*В договоре аренды необходимо указать следующее:*

* *права и обязанности сторон;*
* *данные, позволяющие определенно установить имущество (объект аренды), в отношении которого устанавливаются эти права и обязанности.*

*Права и обязанности есть у обеих сторон. Они прописываются в договоре. Что такое данные, позволяющие определенно установить имущество? Разберем на примере. Алена решила снимать квартиру недалеко от места работы. Адрес съемной квартиры и будет являться такого рода данными.*

*Обратите внимание, что, если условие об объекте не согласовано, договор считается незаключенным. Если в договоре у Алены не будет указано, что она снимает именно эту квартиру, то договор будет недействительным. Обычно, аренда квартиры подразумевает, что Алена сможет пользоваться всеми вещами в ней. Это будет ее правом. О правах, а также и обязанностях поговорим дальше.*

## СЛАЙД №26 «ПОКУПАТЬ ИЛИ АРЕНДОВАТЬ» - 3 (7 минут)

*Как мы уже сказали, и у арендодателя, и у арендатора есть права и обязанности. Обращаю ваше внимание на то, что сейчас мы будем обсуждать права и обязанности, связанные только с услугой аренды. Кроме них, у арендодателя остается и другие права и обязанности, например: право передавать квартиру по наследству, право предоставлять квартиру в качестве залога, право изменять физические характеристики квартиры, (например, переносить в ней стены, перестраивать), право требовать компенсации от соседей, если квартире был нанесен ущерб в ходе их действий. А теперь вернемся непосредственно к аренде.*

(Ведущий называет обязанность или право и спрашивает у школьников: «Что это значит на примере Алены, которая снимает квартиру у Павла?». Если звучит правильная расшифровка, ведущий соглашается следующим образом: «Правильно, это значит…». Если неправильная – ведущий говорит, что «это значит…». То, что нужно говорить вместо многоточия дано в скобках после каждого пункта. Формулировки могут быть даны детьми немного в другой форме, главное, чтобы смысл оставался тем же.)

*Права и обязанности арендодателя:*

* *обязанность передать имущество арендатору во временное владение и пользование или временное пользование;* (Павел обязан передать ключи от квартиры Алене и разрешить владеть пользоваться жильем (то есть жить в квартире) в течение срока действия договора аренды.
* *право получать от арендатора плату за пользование арендованным имуществом;* (Алена должна регулярно отдавать Павлу заранее оговоренную и прописанную в договоре сумму денег.)
* *право арендодателя требовать от арендатора получения своего имущества обратно после окончания срока пользования.* (После окончания срока аренды Алена должна освободить квартиру и передать ключи обратно Павлу.)

*Права и обязанности арендатора:*

* *обязанность оплачивать временное пользование имуществом;* (Алена должна регулярно отдавать Павлу заранее оговоренную и прописанную в договоре сумму денег.)
* *обязанность возвратить имущество арендодателю после окончания срока аренды;* (После окончания срока аренды Алена должна освободить квартиру и передать ключи обратно Павлу.)
* *право требовать от арендодателя предоставления имущества во временное владение и пользование или во временное пользование;* (Павел обязан передать ключи от квартиры Алены и разрешить владеть/пользоваться жильем.)
* *право временно владеть и пользоваться или временно пользоваться имуществом.* (Алена имеет право проживать в квартире.)

*А сейчас вы получите памятки с правами и обязанностями арендодателя и арендатора. Сохраните их у себя.*

(Ассистент раздает памятки.)

## СЛАЙД №27 «ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ» (5 минут)

*Наш второй мастер-класс подходит к концу. Сегодня мы разобрались с информацией о товарах и услугах и оптимизацией расходов. Давайте вернемся к вопросам, которые мы записали в начале нашего первого мастер-класса.*

(Ведущий задает вопрос и выбирает школьника, который будет отвечать.)

***Что мы будем делать с несвежим продуктом?***

(Отнесем обратно в магазин, где приобретали и потребуем заменить, так как продукт не надлежащего качества.)

***Что будем делать со сломавшимся телевизором?***

(Во-первых, сохраним чек и гарантию при покупке. Во-вторых, обратимся за бесплатным ремонтом, если у нас еще не истек гарантийный срок.)

***И, наконец, как мы будем делать выбор?***

(Мы не будем совершать спонтанную покупку. Изучим предложенные альтернативы, для оптимизации поиска воспользуемся советами экспертов и независимых источников потребительской информации, сравним цены, поищем скидки и акции и только потом купим то, что нам нужно.)

*Надеюсь, теперь вы сможете найти интересующую вас информацию, совершить выгодную покупку и отстоять свои права, если потребуется.*

## СЛАЙД №28 «ВОПРОСЫ? ЗАДАВАЙТЕ!» (1 минута)

*Спасибо за ваше внимание! Если у вас остались вопросы – задавайте.*

# Приложения

## Приложение 1. Электронная презентация «Информация о товарах и услугах»

Представляется отдельным документом в формате Microsoft Power Point «Информация о товарах и услугах».

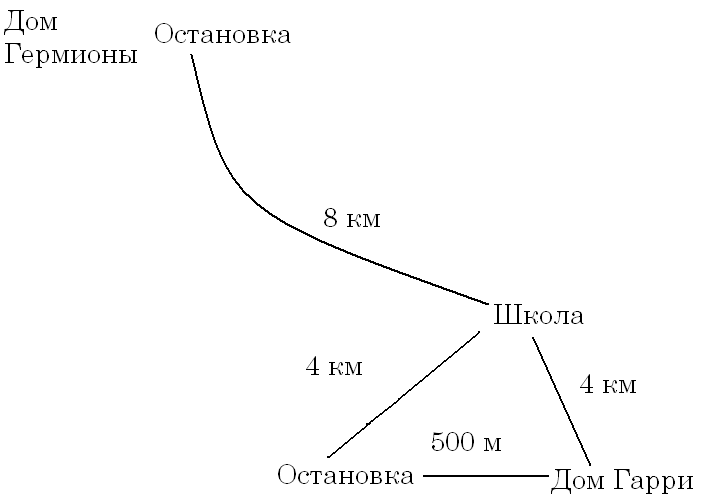
[Нажмите на эту ссылку для скачивания](https://drive.google.com/open?id=1O2e0jazSEHHQYLqoAEKlmvQprCu-L3yd)

## Приложение 2. Задачи

Каждая задача вырезается и предоставляется участникам мастер-классов отдельно.

Задача 1.

Гарри Поттер и Гермиона Грейнджер временно живут не в Хогвартсе, а в России. Гарри и Гермиона должны каждое утро ездить в магловскую школу. Гарри живет в 4 км от школы, А Гермиона в два раза дальше. Рядом со школой располагается остановка автобуса, однако от дома Гарри до остановки этого автобуса нужно пройти около 500 метров. У Гарри есть велосипед, на котором он очень уверенно себя чувствует. У Гермионы тоже есть велосипед, но девочка боится ездить по автомобильным дорогам, а велосипедных дорожек по пути в школу нет. Автобусная остановка находится прямо возле дома Гермионы. Кому вы посоветуете ездить в школу на велосипеде, а кому на автобусе? Аргументируйте свой ответ.



Задача 2.

Вам нужно купить хлеб белый нарезной, 2 литра молока, 3 кг моркови, средство для мытья посуды «Fairy», зубную пасту «Colgate» и 300 г миндаля. Данные о цене на продукты в разных магазинах представлены в таблице.

У вас есть карта магазина «Вкусно» со скидкой 10%. В магазине «Полезно» при покупке от 500 до 1000 рублей – скидка 50 рублей. Где выгоднее совершить покупку?

Таблица 4 «Магазины и цены на продукты»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Магазин у дома  «Вкусно» | Гипермаркет  «Полезно» | Универсам  «Дешево» |
| Хлеб белый нарезной | 20 рублей | 22 рубля | 19 рублей |
| Молоко, 1 л | 61 рубль | 52 рубля | 53 рубля |
| Морковь, 1 кг | 18 рублей | 19 рублей | 18 рублей |
| Средство для мытья посуды «Fairy» | 89 рублей | 95 рублей | 90 рублей |
| Зубная паста «Colgate» | 70 рублей | 82 рубля | 63 рубля |
| Миндаль, 1 кг | 650 рублей | 630 рублей | 609 рублей |

Задача 3.

Вы планируете летний отдых на неделю. Вы опытный путешественник, который не раз отправлялся в самостоятельно организованные туры. От отдыха вы ждете теплого моря, а ночью – походов в клубы. Вы знаете, что лучшие тусовки в Испании на Ибице и на Кипре в Айя-Напе. Вы нашли билеты до Ибицы за 16000 рублей (здесь и далее цена указана за билеты туда и обратно), и до Айя-Напы за 14500 рубле на [aviasales.ru](https://www.aviasales.ru) . На сайте бронирования гостиницы [booking.com](http://www.booking.com) вы видите следующие цены: сутки в Айя-Напе стоят 2 100 рублей, а на Ибице 3 500 рублей. При этом в стоимость жилья в Испании включена еда, и вам не придется тратить на нее деньги. На Кипре вы предполагаете завтракать за 200 рублей, обедать за 350 рублей и ужинать за 400 рублей. Туристическое агентство «Отдохни» предлагает тур в Айя-Напу за 48 500 рублей плюс топливный сбор 20 евро (курс евро 75 рублей). Туристическое агентство «Море и пляж» предлагает тур на Ибицу за 56 585 рублей и делает скидку 8% при его покупке сегодня. Какой вариант вы выберете?

**Памятка о правах и обязанностях арендодателя и арендатора:**

*Права и обязанности арендодателя:*

* обязанность передать имущество арендатору во временное владение и пользование или временное пользование;
* право получать от арендатора плату за пользование арендованным имуществом;
* право арендодателя требовать от арендатора получения своего имущества обратно после окончания срока пользования.

*Права и обязанности арендатора:*

* *обязанность оплачивать временное пользование имуществом;*
* *обязанность возвратить имущество арендодателю после окончания срока аренды;*
* *право требовать от арендодателя предоставления имущества во временное владение и пользование или во временное пользование;*
* *право временно владеть и пользоваться или временно пользоваться имуществом.*