

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет
Кафедра «Торговое дело»

УТВЕРЖДАЮ:
Декан Экономического факультета
Е.С. Тхор
«11» *август* 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КОНСЬЮМЕРИЗМ»

По направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело
Магистерская программа: «Коммерческая деятельность»


Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Потребительский консьюмеризм» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело – 29 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Потребительский консьюмеризм» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 982, зарегистрировано в Минюсте России 26.08.2020 г. № 59487).

СОСТАВИТЕЛИ:

д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А. 
старший преподаватель Ретивцев И.В.


Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «29» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой «Торговое дело»  д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: « » _____ 2023 г., протокол № _____

Согласована (для обеспечивающей кафедры):
Переутверждена: « » _____ 2023 г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреле 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической комиссии Экономического факультета  Шаповалова Е.Н.

© Болдырев К.А., 2023 год
© Ретивцев И.В., 2023 год
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, её место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины заключается в повышении у обучающихся уровня общей правовой культуры и приобретения необходимых для профессиональной трудовой деятельности специальных знаний относительно законодательно закреплённых в Российской Федерации прав потребителей товаров и услуг, а также знаний об ответственности продавцов и предусмотренных действующим законодательством механизмах защиты прав потребителей.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний содержания современного понятия термина «консьюмеризм»;

знаний законодательства Российской Федерации, регулирующего права и обязанности покупателя и продавца;

умений применения законодательства Российской Федерации, регулирующего права и обязанности покупателя и продавца;

навыков рационального использования механизмов защиты потребительских прав и защиты прав продавца.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Потребительский консьюмеризм» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются базовые знания макро- и микроэкономики, а также базовые умения и навыки проведения экономического анализа и оценивания эффективности функционирования коммерческих структур, в том числе в части организации общего управления и организации коммерческой деятельности.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Социальная ответственность и технологии социального управления», «Управление рисками коммерческой деятельности».

Курс «Потребительский консьюмеризм» является необходимым для освоения универсальных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», а также необходимым для самостоятельной научно-исследовательской работы обучающегося и для написания магистерской диссертации.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-1. Способен обеспечивать осуществление процедур закупок	ПК-1.1. Использует знания об основах гражданского, бюджетного, земельного, трудового и административного законодательства в части применения к закупкам	знать: содержание современного понятия термина «консьюмеризм»; законодательство Российской Федерации, регулирующее права и обязанности покупателя и продавца; уметь: применять законодательство Российской Федерации, регулирующее права и обязанности покупателя и продавца; владеть: навыками рационального использования механизмов защиты потребительских прав и защиты прав продавца.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	180 ч. (5 зач. ед.)	180 ч. (5 зач. ед.)
Обязательная контактная работа (всего), в том числе:	70	18
Лекции	28	8
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	42	10
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	110	162
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Консьюмеризм. Общие сведения о консьюмеризме. Удовлетворённость потребителей функциональными особенностями товара. История возникновения консьюмеризма. Обеспечение гарантий прав потребителей.

Тема 2. Партнёрские отношения с потребителями. Партнёрские отношения с потребителями как фактор, благоприятствующий коммерческой деятельности. Современные подходы к повышению лояльности потребителей.

Тема 3. Нормы Гражданского кодекса РФ. Гражданский кодекс РФ как базовый документ, защищающий права покупателей товаров и услуг. Нормы Гражданского кодекса РФ в части защиты прав покупателей товаров и услуг. Нормы Гражданского кодекса РФ в части возмещения морального вреда. Общие понятия о потребительских кооперативах в РФ.

Тема 4. Специальные нормативно-правовые акты РФ о защите прав покупателей. Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации. Перечень технически сложных товаров. Перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара. Правила бытового обслуживания населения. Правила продажи отдельных видов товаров.

Тема 5. Общие положения законодательства о защите прав потребителей в РФ. Понятие, предмет и особенности законодательства о защите прав потребителей. Структура законодательства о защите прав потребителей. Субъектный состав законодательства о защите прав потребителей. Международные правовые акты в структуре законодательства о защите прав потребителей. Особенности гражданско-правового договора с участием потребителя.

Тема 6. Право потребителя на информацию в РФ. Общая характеристика потребительской информации. Понятие права потребителя на информацию. Способы доведения информации до потребителя. Правовое регулирование рекламы как особой формы доведения информации о товарах (работах и услугах).

Тема 7. Общие положения о праве потребителя на безопасность товаров, работ и услуг в РФ. Понятие безопасности товаров, работ и услуг. Основные средства обеспечения безопасности товаров, работ и услуг. Срок годности и срок службы как средства обеспечения безопасности жизни, здоровья и имущества потребителей, окружающей их природной среды. Государственное техническое регулирование как правовое средство обеспечения безопасности

жизни, здоровья и имущества потребителей. Действующий порядок подтверждения соответствия товаров (работ, услуг) обязательным требованиям, установленным законодательством. Правовое обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия потребителей.

Тема 8. Общие положения о праве потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг в РФ. Понятие категории «качество товаров, работ и услуг» и права потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг. Основные средства обеспечения надлежащего качества товаров, работ и услуг. Понятие и значение гарантийного срока. Правовое регулирование качества и безопасности пищевых продуктов. Обеспечение качества и безопасности пищевых продуктов.

Тема 9. Общие положения о защите прав потребителей при продаже товаров в РФ. Правовые последствия продажи потребителю товаров с недостатками. Особенности обмена товара надлежащего качества. Особенности защиты прав потребителей при продаже отдельных видов товаров.

Тема 10. Общие положения о защите прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг в РФ. Особенности договоров бытового подряда и возмездного оказания услуг. Сроки выполнения работ (оказания услуг). Правовые последствия нарушения исполнения сроков выполнения работ (оказания услуг). Правовые последствия выполнения работы (оказания услуги) ненадлежащего качества. Защита прав потребителей при выполнении отдельных видов работ и оказании отдельных видов услуг.

Тема 11. Юридическая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя), право потребителя на возмещение вреда в РФ. Виды юридической ответственности за нарушение прав потребителей. Особенность гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителя. Формы гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителя. Юридическая ответственность за нарушение права потребителя на безопасность товаров, работ и услуг. Юридическая ответственность за нарушение права потребителя на надлежащее качество товаров (работ, услуг). Право потребителя на возмещение вреда, причинённого вследствие недостатков товара (работы, услуги).

Тема 12. Общие положения о публичной и судебной защите прав потребителей в РФ. Понятие публичной защиты прав потребителей. Виды публичной защиты прав потребителей. Порядок судебной защиты прав потребителей.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объём часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Консьюмеризм	2	2
2	Партнёрские отношения с потребителями	2	2
3	Нормы Гражданского кодекса РФ	2	2
4	Специальные нормативно-правовые акты РФ о защите прав покупателей	6	2
5	Общие положения законодательства о защите прав потребителей в РФ	2	-
6	Право потребителя на информацию в РФ	2	-
7	Общие положения о праве потребителя на безопасность товаров, работ и услуг в РФ	2	-
8	Общие положения о праве потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг в РФ	2	-
9	Общие положения о защите прав потребителей при продаже товаров в РФ	2	-
10	Общие положения о защите прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг в РФ	2	-

11	Юридическая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя), право потребителя на возмещение вреда в РФ	2	-
12	Общие положения о публичной и судебной защите прав потребителей в РФ	2	-
Итого:		28	8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объём часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Консьюмеризм	2	-
2	Партнёрские отношения с потребителями	2	-
3	Нормы Гражданского кодекса РФ	4	-
4	Специальные нормативно-правовые акты РФ о защите прав покупателей	4	-
5	Общие положения законодательства о защите прав потребителей в РФ	4	2
6	Право потребителя на информацию в РФ	4	2
7	Общие положения о праве потребителя на безопасность товаров, работ и услуг в РФ	4	2
8	Общие положения о праве потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг в РФ	4	2
9	Общие положения о защите прав потребителей при продаже товаров в РФ	4	2
10	Общие положения о защите прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг в РФ	4	-
11	Юридическая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя), право потребителя на возмещение вреда в РФ	4	-
12	Общие положения о публичной и судебной защите прав потребителей в РФ	2	-
Итого:		42	10

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объём часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Консьюмеризм	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	6
2	Партнёрские отношения с потребителями	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4	6
3	Нормы Гражданского кодекса РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	8	10
4	Специальные нормативно-правовые акты РФ о защите прав покупателей	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	14	18

5	Общие положения законодательства о защите прав потребителей в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	15
6	Право потребителя на информацию в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	15
7	Общие положения о праве потребителя на безопасность товаров, работ и услуг в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	15
8	Общие положения о праве потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	15
9	Общие положения о защите прав потребителей при продаже товаров в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	15
10	Общие положения о защите прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	15
11	Юридическая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя), право потребителя на возмещение вреда в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	16
12	Общие положения о публичной и судебной защите прав потребителей в РФ	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	16
Итого:			110	162

4.6. Курсовые работы / проекты по дисциплине «Потребительский консьюмеризм» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведётся с применением следующих видов образовательных технологий:

– традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства обучающихся, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

– технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности и творческой самостоятельности обучающихся, предполагающие последовательную и целенаправленную постановку перед обучающимся познавательных задач, решение которых позволяет обучающимся активно усваивать знания (используются: поисковые методы; постановка познавательных задач);

– технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности обучающихся, их реализацию и развитие;

– технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебной дисциплины за счёт объединения занятий в тематические блоки;

– технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении по индивидуальному учебному плану);

– технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей, в том числе и обучающихся с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

– технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности обучающегося (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.п.

Практические занятия проводятся с использованием современных образовательных технологий, в том числе проблемных, развивающих и информационных (электронные образовательные ресурсы, включая Moodle).

Высокая эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и/или их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Агаларова Е. Г. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова. – Ставрополь : АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2018. – 136 с.

2. Агафонова Н. Н. Всё о защите прав потребителей / Н. Н. Агафонова. – Москва : Проспект, 2016. – 96 с.

3. Дубровин И. А. Поведение потребителей : учебн. пособ. / И. А. Дубровин. – Москва : Дашков и Ко, 2018. – 312 с.

4. Кусков А. С. Потребительское право. Практикум : учебное пособие для вузов / А. С. Кусков, И. С. Иванов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 309 с.

5. Милосердов А. С. Защита прав потребителей / А. С. Милосердов. – Москва : Издательская группа «Юрист», 2021. – 174 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46288427> – Доступ после регистрации.

6. Мохоров Д. А. Защита прав потребителей. Социально-правовой аспект. Научно-практическое пособие / Д. А. Мохоров, В. П. Демидов, А. Ю. Мохорова – СПб. : МДА, СПбКА, 2017. – с. 168. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29669567> – Доступ после регистрации.

7. Четыркина Н. Ю. Защита прав потребителей : учебн. пособ. / Н. Ю. Четыркина. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 129 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47111152> – Доступ после регистрации.

б) законодательная база

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.

2. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1.

3. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ.

4. «Правила бытового обслуживания населения», утверждённые постановлением Правительства РФ от 21.09.2020 г. № 1514.

5. «Перечень технически сложных товаров», утверждённые постановлением Правительства РФ от 10.11.2011 г. № 924.

6. «Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену», утверждённый постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 г. № 2463.

в) дополнительная литература

1. Агафонова Н. Н. Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей» (постатейный) / Н. Н. Агафонова, В. Е. Белов, В. И. Солдатова. – Москва : Проспект, 2017. – 240 с.
2. Антонова Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. – Москва : ИД Высшей школы экономики, 2018. – 211 с.
3. Борисов А. Б. Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей» (постатейный). С образцами претензий и исковых заявлений. 2-е издание, переработанное и дополненное. – Москва : Книжный мир, 2010. – 272 с.
4. Гафарова Г. Р. Защита прав потребителей / Г. Р. Гафарова. – Москва : Юстицинформ, 2010. – 408 с. (Серия «Образование»).
5. Дерюшева О. И. Формы защиты прав потребителей в Российской Федерации : учебн. пособ. / сост. О. И. Дерюшева ; ФКОУ ВО Воронежский институт ФСИН России. – Воронеж, 2021. – 80 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46691920> – Доступ после регистрации.
6. Драганчук Л. С. Поведение потребителей: теория и практика / Л. С. Драганчук. – Красноярск : СФУ, 2011. – 196 с.
7. Лашук И. В. Поведенческие стратегии потребителей культурной продукции: ценности, интересы, типология / И. В. Лашук [и др.] ; под науч. ред. И. В. Котлярова. – Минск : Белорус. наука, 2017. – 299 с.
8. Макаров Ю. Я. Доказательства при рассмотрении дел о защите прав потребителей / Ю. Я. Макаров. – Москва : Проспект, 2017. – 512 с.
9. Меликян О. М. Поведение потребителей / О. М. Меликян. – Москва : Дашков и Ко, 2014. – 280 с.
10. Посыпанова О. С. Экономическая психология : психологические аспекты поведения потребителей / О. С. Посыпанова. – Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2019. – 283 с.
11. Сидорова, С. А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ / С. А. Сидорова, В. Я. Красниковский. – Москва : Прометей, 2019. – 130 с.
12. Скопинова М. В. Всё о защите прав потребителей. Сборник нормативных правовых и судебных актов / М. В. Скопинова. – Москва : Проспект, 2016. – 768 с.
13. Тиссен Е. В. Микроэкономика: Индивидуальное поведение и стратегическое взаимодействие участников рынка : учебн. пособ. / Е. В. Тиссен, И. А. Борисов. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 92 с.
14. Титова В. А. Управление поведением потребителей : учебник / В. А. Титова. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2013. – 387 с.
15. Фрис Я. Революция трудолюбия: потребительское поведение и экономика домохозяйств с 1650 года до наших дней / Ян де Фрис. – Москва : Дело, 2016. – 464 с.

г) методические рекомендации – сформулированы непосредственно в заданиях предоставляемых к проведению практических занятий.

д) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. – URL : <http://минобрнауки.рф/>
2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL : <http://obrnadzor.gov.ru/>
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL : <http://fgosvo.ru>
4. Федеральный портал «Российское образование». – URL : <http://www.edu.ru/>
5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL : <http://window.edu.ru/>
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – URL : <http://fcior.edu.ru/>

7. Справочная правовая система «Консультант Плюс». –

URL : <https://www.consultant.ru/sys/>

е) электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – URL : <http://elibrary.ru/>

2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – URL : <https://www.studmed.ru>

3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля. –

URL : <http://biblio.daluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Потребительский консьюмеризм» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в сеть Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

**Паспорт
оценочных средств по учебной дисциплине
«Потребительский консьюмеризм»**

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-1. Способен обеспечивать осуществление процедур закупок	Пороговый	знать: содержание современного понятия термина «консьюмеризм»; законодательство Российской Федерации, регулирующее права и обязанности покупателя и продавца;
Основной		Базовый	уметь: применять законодательство Российской Федерации, регулирующее права и обязанности покупателя и продавца;
Заключительный		Высокий	владеть: навыками рационального использования механизмов защиты потребительских прав и защиты прав продавца

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ПК-1.	Способен обеспечивать осуществление процедур закупок	ПК-1.1. Использует знания об основах гражданского, бюджетного, земельного, трудового и административного законодательства в части применения к закупкам	Тема 1. <i>Консьюмеризм</i> Тема 2. <i>Партнёрские отношения с потребителями</i> Тема 3. <i>Нормы Гражданского кодекса РФ</i> Тема 4. <i>Специальные нормативно-правовые акты РФ о защите прав покупателей</i>	1

				<p>Тема 5. Общие положения законодательства о защите прав потребителей в РФ</p> <p>Тема 6. Право потребителя на информацию в РФ</p> <p>Тема 7. Общие положения о праве потребителя на безопасность товаров, работ и услуг в РФ</p> <p>Тема 8. Общие положения о праве потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг в РФ</p> <p>Тема 9. Общие положения о защите прав потребителей при продаже товаров в РФ</p> <p>Тема 10. Общие положения о защите прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг в РФ</p> <p>Тема 11. Юридическая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя), право потребителя на возмещение вреда в РФ</p> <p>Тема 12. Общие положения о публичной и судебной защите прав потребителей в РФ</p>	
--	--	--	--	---	--

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-1. Способен обеспечивать осуществление процедур закупок	ПК-1.1. Использует знания об основах гражданского, бюджетного, земельного, трудового и административного	знать: содержание современного термина «консьюмеризм»; законодательство Российской Федерации,	Тема 1. <i>Консьюмеризм</i> Тема 2. <i>Партнёрские отношения с потребителями</i> Тема 3. <i>Нормы</i>	вопросы для обсуждения на практических занятиях; контрольные вопросы;

	законодательства в части применения к закупкам	<p>регулирующее права и обязанности покупателя и продавца;</p> <p>уметь: применять законодательство Российской Федерации, регулирующее права и обязанности покупателя и продавца;</p> <p>владеть: навыками рационального использования механизмов защиты потребительских прав и защиты прав продавца.</p>	<p><i>Гражданского кодекса РФ</i></p> <p>Тема 4. <i>Специальные нормативно-правовые акты РФ о защите прав покупателей</i></p> <p>Тема 5. <i>Общие положения законодательства о защите прав потребителей в РФ</i></p> <p>Тема 6. <i>Право потребителя на информацию в РФ</i></p> <p>Тема 7. <i>Общие положения о праве потребителя на безопасность товаров, работ и услуг в РФ</i></p> <p>Тема 8. <i>Общие положения о праве потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг в РФ</i></p> <p>Тема 9. <i>Общие положения о защите прав потребителей при продаже товаров в РФ</i></p> <p>Тема 10. <i>Общие положения о защите прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг в РФ</i></p> <p>Тема 11. <i>Юридическая ответственность продавца</i></p>	аналитические и проектные практические задания; контрольный тест
--	--	---	---	--

				<i>(изготовителя, исполнителя), право потребителя на возмещение вреда в РФ</i> Тема 12. <i>Общие положения о публичной и судебной защите прав потребителей в РФ</i>	
--	--	--	--	--	--

Примеры оценочных средств

1. Примеры тестовых заданий

(пороговый уровень)

1. Что обозначает термин «консьюмеризм»?

- а) организованное движение производителей в защиту своих прав и воздействие на потребителей;
- б) организованное движение коммерческих организаций в защиту своих прав и воздействие на потребителей;
- в) организованное движение потребителей в защиту своих прав и воздействие на производителей;
- г) организованное движение финансовых организаций в защиту своих прав и воздействие на своих партнёров по таким отношениям;
- д) организованное движение участников торговых отношений в защиту своих прав и воздействие на своих партнёров по таким отношениям.

2. В какой стране возникло движение консьюмеризма в современном его понимании?

- а) Великобритания;
- б) Япония;
- в) Франция;
- г) США;
- д) Германия;
- е) СССР.

3. Что не может быть отнесено к основным трём путям защиты прав потребителей?

- а) предупреждение возникновения проблем;
- б) порицание;
- в) наказание;
- г) возмещение убытков.

4. Что не относится к девяти различным взглядам на современного потребителя исходя из возможных различных отношений с производителем товара и остальным сообществом?

- а) потребитель-выбирающий;
- б) потребитель-коммуникатор;
- в) потребитель-исследователь окружающего мира;
- г) потребитель-исследователь себя;
- д) потребитель-гедонист;
- е) потребитель-учёный;

- ж) потребитель-жертва;
- з) потребитель-бунтовщик;
- и) потребитель-активист;
- к) потребитель-гражданин.

5. В чём состоит суть маркетинга партнёрских отношений?

- а) установление непрерывной связи между функциональностью товаров и спросом на эти товары;
- б) установление непрерывной связи с потребителями;
- в) установление непрерывной связи с товарами;
- г) установление непрерывной связи между потребителями и товарами.

6. Продолжите фразу «роль маркетологов в партнёрских отношениях смещается с управления спросом и рентабельностью товара на сотрудничество с покупателями и управление...».

- а) спросом покупателей;
- б) доходами покупателей;
- в) бюджетом покупателей;
- г) развитием покупателей.

7. Что представляет собой так называемый эффект «дырявой корзины»?

- а) когда новый покупатель выдавливает ранее имеющегося покупателя;
- б) когда новый покупатель ускоряет процесс реализации товара;
- в) когда новый покупатель привлекает новых покупателей;
- г) когда новый покупатель снижает цену товара;
- д) когда новый покупатель повышает цену товара;
- е) когда новый покупатель снижает общий интерес к товару.

8. Что нельзя отнести к шести базовым условиям организации партнёрских отношений с потребителями?

- а) информационное обеспечение;
- б) особенности потребителей;
- в) приверженность потребителей;
- г) ожидания потребителей от покупок;
- д) размеры и частота покупок;
- е) потенциал покупок;
- ж) особенности производителей товара.

9. Имеет ли покупатель право, согласно нормам Гражданского кодекса РФ требовать от продавца замены товара или отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы в случае существенного нарушения требований к качеству такого товара?

- а) да, у покупателя такое право имеется;
- б) нет, у покупателя такое право отсутствует;
- в) всё зависит от того, каким образом и где был приобретён товар;
- г) всё зависит от того, на каких условиях был продан товар.

10. Имеет ли покупатель право, согласно нормам Гражданского кодекса РФ требовать от продавца замены технически сложного товара или отказаться от исполнения договора розничной купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы в случае существенного нарушения требований к качеству такого товара?

- а) да, у покупателя такое право имеется;
- б) нет, у покупателя такое право отсутствует;
- в) всё зависит от того, каким образом и где был приобретён товар;
- г) всё зависит от того, на каких условиях был продан товар.

11. Имеет ли право продавец при возврате покупателю уплаченной за товар суммы, согласно нормам Гражданского кодекса РФ требовать от покупателя удержание из неё суммы, на которую понизилась стоимость товара из-за полного или частичного использования товара, потери им товарного вида или подобных обстоятельств?

- а) да, продавец имеет полное и законное право;
- б) нет, у продавца такое право отсутствует;
- в) всё зависит от того, каким образом и где был приобретён товар;
- г) всё зависит от того, на каких условиях был продан товар.

12. Имеет ли право покупатель после приобретения им товара надлежащего качества, согласно законодательству РФ претендовать на возврат или обмен его на аналогичный товар, когда речь идёт о товарах, относящихся к категории, бытовая радиоэлектронная аппаратура с гарантийным сроком 1 год и более?

- а) да, покупатель имеет полное и законное право;
- б) нет, у покупателя такое право отсутствует;
- в) всё зависит от того, каким образом и где был приобретён товар;
- г) всё зависит от того, на каких условиях был продан товар.

13. Относятся ли к технически сложным товарам, согласно законодательству РФ товар, относящийся к категории электроинструмент?

- а) да, относится;
- б) нет, не относится;
- в) всё зависит от габаритов электроинструмента;
- г) всё зависит от потребляемой электроинструментом мощности.

14. Относятся ли к технически сложным товарам, согласно законодательству РФ товар, относящийся к категории часы наручные механические с двумя и более функциями?

- а) да, относится;
- б) нет, не относится;
- в) всё зависит от габаритов электроинструмента;
- г) всё зависит от потребляемой электроинструментом мощности.

15. Имеет ли право покупатель, согласно законодательству РФ на замену ранее приобретённой им микроволновой печи на аналогичный товар в течение 14 дней со дня покупки этой микроволновой печи с гарантийным сроком 1 год и более?

- а) да, покупатель имеет полное и законное право;
- б) нет, у покупателя такое право отсутствует;
- в) всё зависит от того, каким образом и где был приобретён товар;
- г) всё зависит от того, на каких условиях был продан товар.

16. Имеет ли право продавец (исполнитель) без получения согласия потребителя, согласно законодательству РФ выполнять дополнительные работы (оказывать дополнительные услуги) за плату?

- а) да, исполнитель имеет полное и законное право;
- б) нет, у исполнителя такое право отсутствует;
- в) всё зависит от того, каким образом был составлен договор на выполнение таких услуг (работ);
- г) такие обстоятельства законодательством не регламентированы.

17. Несёт ли исполнитель, предоставивший материал для выполнения работы, согласно законодательству РФ ответственность за его ненадлежащее качество по правилам об ответственности продавца за товары ненадлежащего качества?

- а) да, исполнитель несёт такую ответственность;
- б) нет, исполнитель не несёт такую ответственность;
- в) всё зависит от того, каким образом был составлен договор на выполнение услуг (работ);
- г) такие обстоятельства законодательством не регламентированы.

18. Существуют ли обязанность у продавца розничной торговли, согласно законодательству РФ в обязательном порядке иметь в наличии книгу отзывов и предложений, которая предоставляется покупателю по его требованию?

- а) да, такая обязанность чётко предусмотрена законодательством;
- б) нет, такая обязанность уже не предусмотрена законодательством;
- в) такое требование законодательства является лишь рекомендательным;

19. Допускается ли установление продавцом, согласно законодательству РФ разных цен на один и тот же товар (работу, услугу) для разных потребителей соответствующей категории (кроме случаев установления государством льгот отдельным категориям потребителей)?

- а) да, такое право у продавца имеется;
- б) нет, такое право у продавца отсутствует;
- в) всё зависит от конкретных условий продажи;
- г) всё зависит от категории продаваемого товара;
- д) законодательно данный вопрос чётко не определён.

20. Должен ли покупатель, согласно законодательству РФ в случае возникновения спора о причинах возникновения недостатков товара проводить экспертизу товара за свой счёт?

- а) да, покупатель должен проводить экспертизу товара за свой счёт;
- б) нет, покупатель не должен проводить экспертизу товара за свой счёт;
- в) всё зависит от конкретных условий продажи;
- г) всё зависит от категории товара;
- д) законодательно данный вопрос чётко не определён.

21. Какой характер по законодательству о защите прав потребителей носят отношения с участием потребителей?

- а) частный характер;
- б) публичный характер;
- в) плановый характер;
- г) частно-публичный характер.

22. Какими нормативно-правовыми актами в РФ регулируются отношения в сфере защиты прав потребителей?

- а) Законом РФ «О защите прав потребителей», Гражданским кодексом РФ;
- б) Гражданским кодексом РФ, а также принимаемыми в соответствии с ним иными федеральными законами и правовыми актами РФ;
- в) Законом РФ «О защите прав потребителей», Гражданским кодексом РФ, а также принимаемыми в соответствии с ним иными федеральными законами и правовыми актами РФ.

23. Каким образом до потребителя должна доводиться информация о продавце?

- а) в месте государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя;
- б) в любом месте продажи товаров, независимо от места торговли, а также формы торговли;
- в) только в фактическом месте продажи товаров.

24. Когда потребитель имеет право получить информацию о товаре?

- а) в момент заключения договора с потребителем;
- б) до и после заключения договора с потребителем;
- в) в течение одного года со дня приобретения товара.

25. Как действующее в РФ законодательство о защите прав потребителей определяет обязательное требование в части доведения до сведения потребителя соответствующей информации о товаре?

- а) на русском языке и языках народов РФ;
- б) на государственном языке субъекта РФ;
- в) на государственном языке РФ;

г) на русском и английском языках.

26. Как законодательство РФ о защите прав потребителей трактует понятие «срок годности»?

а) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуются обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки;

б) период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортёр обязаны удовлетворить требования потребителя;

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

27. Каким образом, согласно законодательству РФ, до потребителя должна доводиться информация о гарантийном сроке?

а) всегда в устной форме;

б) в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг);

в) всегда в виде договора о предоставлении гарантийного срока, заключённого между потребителем и продавцом.

28. Как законодательство РФ определяет понятие «существенный недостаток товара»?

а) неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранён без участия изготовителя товара, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки;

б) недостаток, который не может быть устранён без несоизмеримых расходов или затрат времени, или выявлен в течение гарантийного срока товара, или проявляется вновь после его устранения;

в) неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранён без несоизмеримых расходов или затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки.

29. Чем в соответствии с действующим законодательством определяется срок годности товара?

а) периодом, исчисляемым со дня передачи товара потребителю, в течение двух лет его использования;

б) периодом, исчисляемым со дня передачи товара потребителю и до момента утилизации товара;

в) периодом, исчисляемым со дня изготовления товара, в течение которого он пригоден к использованию, или датой, до наступления которой товар пригоден к использованию.

30. В каком случае продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортёр отвечают за недостатки товара, на который не был изначально установлен гарантийный срок?

а) если потребитель докажет, что они возникли до передачи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента;

б) если они возникли в результате непреодолимой силы независимо от времени их возникновения;

в) в любом случае.

31. Что должен обеспечить продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортёр для устранения спора относительно причин возникновения недостатков товара?

а) обязаны провести экспертизу товара за свой счёт только в отношении товара, на который установлен гарантийный срок;

б) могут провести экспертизу только за счёт покупателя;

в) обязаны провести экспертизу товара за свой счёт.

32. Какими нормативно-правовыми актами утверждаются правила осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания?

- а) международными правовыми актами;
- б) договорами контрагентов;
- в) постановлениями Правительства;
- г) федеральными законами.

33. С какого момента начинает исчисляться гарантийный срок на товары, которые были приобретены в розничной торговле?

- а) со дня изготовления;
- б) со дня эксплуатации;
- в) со дня продажи;
- г) с даты изготовления и продажи товаров.

34. Кем утверждаются правила выполнения отдельных видов работ (оказания услуг)?

- а) Правительством РФ;
- б) Президентом РФ;
- в) Государственной Думой РФ.

35. Какую ответственность несёт (может нести) продавец (исполнитель, изготовитель) за нарушение им прав потребителей, установленных законами и иными нормативными правовыми актами?

- а) дисциплинарную и уголовную ответственность;
- б) уголовную ответственность;
- в) административную, уголовную и гражданскую ответственность;
- г) ответственности не несёт.

36. Каким образом согласно законодательству РФ, подлежит возмещению вред, причинённый жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги)?

- а) вред не подлежит возмещению;
- б) частично, если последствия вреда устранить невозможно в полном объёме;
- в) подлежит возмещению, если только потребитель состоял в договорных отношениях с продавцом;
- г) в полном объёме.

37. Как действующее законодательство РФ трактует понятие «моральный вред»?

- а) денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства;
- б) неполученный доход, который лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено;
- в) физические или нравственные страдания, причинённые гражданину нарушением его прав.

38. В случае каких обстоятельств (условий) потребитель имеет право требовать возмещения вреда, причинённого вследствие недостатков товара (работы, услуги)?

- а) потребитель не имеет права требовать возмещения вреда, причинённого вследствие недостатков товара (работы, услуги);
- б) только если потребитель состоял с продавцом (исполнителем) в договорных отношениях;
- в) в любых случаях, независимо от того, состоял ли он в договорных отношениях с продавцом (исполнителем) или нет.

39. В какой суд согласно законодательству РФ, могут быть предъявлены истцом иски о защите своих потребительских прав?

- а) только в суд по месту жительства истца;

- б) только в суд по месту нахождения ответчика;
- в) только в суд по месту причинения вреда;
- г) в суд по месту жительства истца, нахождения ответчика, причинения вреда.

40. Исходя из каких цен на товары суд выносит своё решение?

- в) цен, по согласованию сторон;
- а) цен, которые действовали в момент подачи иска;
- б) цен, действующих на момент вынесения решения.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольный тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста).
Хорошо (4)	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста).
Удовлетворительно (3)	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста).
Неудовлетворительно (2)	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

2. Примеры типовых контрольных вопросов (к практическим занятиям и контрольным работам) (базовый уровень)

Тема 1

1. Дайте лаконичную формулировку современному термину «консьюмеризм».
2. Какие ещё понятия можно считать достаточно близкими современному понятию «консьюмеризм» и почему?
3. По какой причине современный период развития экономики называют «веком потребления»?
4. Перечислите девять базовых взглядов на потребителя и обоснуйте почему нет единого взгляда?
5. Каков смысл высказывания Р. Эйбелсона заявляющего о том, что «мы очень хорошо научились и очень хорошо находим причину того, что делаем, но не очень хорошо понимаем то, чему находим причины»?
6. Каким образом связаны «уровень восприятия функциональных особенностей товара» с «удовлетворённостью потребителей функциональными особенностями товара»?
7. С чем связан конфликт интересов правозащитных организаций и государства с производителями и продавцами крайне сомнительного по направленности продукта потребления такого, как: продажа населению алкогольной и табачной продукции; продажа населению оружия; деятельность казино и т.п.?
8. Как происходит поиск консенсуса относительно решения проблемы, обозначенной в предыдущем вопросе?

Тема 2

1. Какие древние исторические труды и документы непосредственно касались проблемы консьюмеризма?
2. С чем было связано кооперативное движение, зародившееся в Британии в 1844 г.?
3. Как и почему зарождалось движение прав потребителей в США?
4. Какие четыре базовых права были положены в основу Билля о правах потребителей в США (1962 г.)?
5. Какие существуют три главных направления защиты прав потребителей?

6. Почему всё большей популярности в мире набирает движение за право потребителей на чистую окружающую среду?
7. С чем непосредственно связано право потребителя на неприкосновенность личной жизни?
8. Как конфликтует право потребителя на неприкосновенность личной жизни с огромным по масштабам процессом сбора персональной информации о потребителях (с применением различных цифровых технологий, частными и государственными структурами)?
9. Как происходит поиск консенсуса относительно решения проблемы, обозначенной в предыдущем вопросе?

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«контрольные вопросы (к практическим занятиям и контрольным работам)»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Вопросы раскрыты на высоком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 90 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Хорошо (4)	Вопросы раскрыты на среднем уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 75 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Удовлетворительно (3)	Вопросы раскрыты на низком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Неудовлетворительно (2)	Вопросы раскрыты на неудовлетворительном уровне или не представлены на момент их оценивания (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме, не выполнил задание и т.п.).

**3. Примеры типовых аналитических и проектных практических заданий
(высокий уровень)**

Тема 9

Цель выполнения задания: применить на практике полученные знания относительно замены товара с учётом установленного гарантийного срока.

Условия задания:

Покупатель приобрёл 1 ноября текущего года зимние ботинки с гарантийным сроком 30 дней. По истечении гарантийного срока (15 декабря) в сапогах был обнаружен существенный недостаток, установленный экспертизой. Покупатель 20 декабря обратился к продавцу с требованием обмена сапог, но получил отказ на основании того, что гарантийный срок на товар (30 дней) уже истёк и поэтому замена ботинок на другие невозможна.

Вопросы:

1. Имеет ли право покупатель на обмен ботинок, и кто в данной ситуации прав?
2. Ответ обоснуйте на основании действующего законодательства.
3. Каков порядок действий по защите прав продавца?
4. Каков порядок действий по защите прав потребителя?

Тема 10

Цель выполнения задания: применить на практике полученные знания относительно гарантийного срока и ремонта технически сложного товара.

Условия задания:

Покупатель приобрёл фотоаппарат, который сломался в течение гарантийного срока (1 год). Фотоаппарат по гарантии в специализированной ремонтной мастерской отремонтировали 5 месяцев из-за отсутствия необходимых запчастей, а потом потребовали оплаты стоимости ремонта и запчастей под предлогом, что гарантийный срок на фотоаппарат истёк на момент окончания ремонта.

Вопросы:

1. Кто в данной ситуации прав и должен ли владелец фотоаппарата оплачивать его ремонт (включая стоимость запчастей)?
2. Ответ обоснуйте на основании действующего законодательства.
3. Каков порядок действий по защите прав ремонтной мастерской?
4. Каков порядок действий по защите прав потребителя услуг ремонтной мастерской?

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«аналитические и проектные практические задания»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
Хорошо (4)	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Удовлетворительно (3)	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Неудовлетворительно (2)	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

(пороговый, базовый, высокий уровни)

1. История возникновения консьюмеризма.
2. Обеспечение гарантий прав потребителей.
3. Партнёрские отношения с потребителями как фактор, благоприятствующий коммерческой деятельности.
4. Современные подходы к повышению лояльности потребителей.
5. Гражданский кодекс РФ как базовый документ, защищающий права покупателей товаров и услуг.
6. Нормы Гражданского кодекса РФ в части защиты прав покупателей товаров и услуг.
7. Нормы Гражданского кодекса РФ в части возмещения морального вреда.
8. Общие понятия о потребительских кооперативах в РФ.

9. Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации.
10. Перечень технически сложных товаров.
11. Перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара.
12. Правила бытового обслуживания населения.
13. Правила продажи отдельных видов товаров.
14. Понятие, предмет и особенности законодательства о защите прав потребителей.
15. Структура законодательства о защите прав потребителей.
16. Субъектный состав законодательства о защите прав потребителей.
17. Международные правовые акты в структуре законодательства о защите прав потребителей.
18. Особенности гражданско-правового договора с участием потребителя.
19. Общая характеристика потребительской информации.
20. Понятие права потребителя на информацию.
21. Способы доведения информации до потребителя.
22. Правовое регулирование рекламы как особой формы доведения информации о товарах (работах и услугах).
23. Понятие безопасности товаров, работ и услуг.
24. Основные средства обеспечения безопасности товаров, работ и услуг.
25. Срок годности и срок службы как средства обеспечения безопасности жизни, здоровья и имущества потребителей, окружающей их природной среды.
26. Государственное техническое регулирование как правовое средство обеспечения безопасности жизни, здоровья и имущества потребителей.
27. Действующий порядок подтверждения соответствия товаров (работ, услуг) обязательным требованиям, установленным законодательством.
28. Правовое обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия потребителей.
29. Понятие категории «качество товаров, работ и услуг» и права потребителя на надлежащее качество товаров, работ и услуг.
30. Основные средства обеспечения надлежащего качества товаров, работ и услуг.
31. Понятие и значение гарантийного срока.
32. Правовое регулирование качества и безопасности пищевых продуктов.
33. Обеспечение качества и безопасности пищевых продуктов.
34. Правовые последствия продажи потребителю товаров с недостатками.
35. Особенности обмена товара надлежащего качества.
36. Особенности защиты прав потребителей при продаже отдельных видов товаров.
37. Особенности договоров бытового подряда и возмездного оказания услуг.
38. Сроки выполнения работ (оказания услуг).
39. Правовые последствия нарушения исполнения сроков выполнения работ (оказания услуг).
40. Правовые последствия выполнения работы (оказания услуги) ненадлежащего качества.
41. Защита прав потребителей при выполнении отдельных видов работ и оказании отдельных видов услуг.
42. Виды юридической ответственности за нарушение прав потребителей.
43. Особенность гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителя.
44. Формы гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителя.
45. Юридическая ответственность за нарушение права потребителя на безопасность товаров, работ и услуг.
46. Юридическая ответственность за нарушение права потребителя на надлежащее качество товаров (работ, услуг).

47. Право потребителя на возмещение вреда, причинённого вследствие недостатков товара (работы, услуги).
48. Понятие публичной защиты прав потребителей.
49. Виды публичной защиты прав потребителей.
50. Порядок судебной защиты прав потребителей.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Ответ представлен на высоком уровне (обучающийся в полном объёме осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.).
Хорошо (4)	Ответ представлен на среднем уровне (обучающийся в целом осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
Удовлетворительно (3)	Ответ представлен на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.).
Неудовлетворительно (2)	Ответ представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (обучающийся не готов).

9. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Для этого требуется заявление обучающегося (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК). В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учётом их индивидуальных психофизических особенностей:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников, например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы

обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;

– применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

– увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

– продолжительность сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, – не более чем на 90 минут;

– продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, – не более чем на 20 минут;

– продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 минут.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Потребительский консьюмеризм» соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки магистров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Е.Н. Шаповалова