



Polska Zielona Sieć



## SCENARIUSZ ZAJĘĆ LEKCYJNYCH DLA UCZNIÓW SZKÓŁ PONADGIMNAZJALNYCH

**Treści programowe:** wprowadzenie uczniów do tematyki konsumenckiej, zakupy i reklamacja, sprzedaż na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, usługi finansowe, reklama, bezpieczeństwo produktu, zrównoważona konsumpcja, żywienie, sprawdzenie osiągnięć

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny, ćwiczenia praktyczne, aranżowane scenki z udziałem uczniów, debata

**Pomoce dydaktyczne:** fragment Ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustaw, fragment Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks Cywilny, wykaz instytucji zajmujących się ochroną praw konsumentów w Polsce, fragment Ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego, scenariusz scenki, fragment Ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, fragment Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe, schemat debaty, niektóre znaki i symbole związane z bezpieczeństwem produktu, definicje pojęć, niektóre znaki związane z ochroną środowiska, tabela „Jakie potrzeby spełnia dany produkt?”, piramida żywieniowa, zasady racjonalnego żywienia, test sprawdzający wiedzę

**Środki dydaktyczne:** broszura edukacyjna, film, komputer, rzutnik multimedialny, tablica, paragon, różne opakowania (np.: torebka papierowa, plastikowa „reklamówka”, torba płócienna, butelka szklana, butelka PET) lub/i produkty w opakowaniach (np. owoce w plastikowym opakowaniu i owoce luzem), arkusze A4 z tabelą „Jakie potrzeby spełnia dany produkt?”, kilka różnych etykiet produktów żywnościowych, arkusze A4 z testem sprawdzającym wiedzę, arkusze A4 z ankietą oceniająco-doskonającą

**Czas:** szkolenie: 4 x 45 minut; przerwy: 3 x 10 – 15 minut



Projekt „Co młody konsument wiedzieć powinien?” jest ogólnopolską konsumencką kampanią edukacyjną dla dzieci i młodzieży szkolnej. Celem kampanii jest rozbudzenie świadomości konsumenckiej wśród dzieci i młodzieży oraz dostarczenie młodym konsumentom informacji o ich najważniejszych prawach i obowiązkach.

W ramach projektu od września 2006 r. do czerwca 2007 r. przeprowadzonych zostanie 480 szkoleń w 160 szkołach we wszystkich województwach w Polsce dla uczniów szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych w wieku od 10 do 19 lat.

Zorganizowany zostanie również ogólnopolski konkurs plastyczny „Co młody konsument wiedzieć powinien?”, a także powstanie internetowy serwis edukacyjny [www.mlodykonsument.pl](http://www.mlodykonsument.pl).

Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć  
ul. Sławkowska 26 A  
31-014 Kraków  
tel./fax: (012) 431 28 08  
e-mail: [info@zielonasiec.pl](mailto:info@zielonasiec.pl)  
[www.zielonasiec.pl](http://www.zielonasiec.pl)

Opracowanie:  
Maria Huma

Konsultacja pedagogiczna:  
Wanda Silezin

Konsultacja prawna:  
Marcin Stoczkiewicz

Korekta:  
Andrzej Żwawa

Skład i druk:  
Drukarnia „Goldruk”

Chcesz przeprowadzić szkolenie dla uczniów także w Twojej szkole? Wszystkie niezbędne materiały edukacyjne i dydaktyczne znajdziesz na stronie [\*\*www.mlodykonsument.pl\*\*](http://www.mlodykonsument.pl)

# WPROWADZENIE

**Treści programowe:** wprowadzenie uczniów do tematyki konsumenckiej: wyjaśnienie pojęcia „konsument”, przedstawienie definicji konsumenta zawartej w art. 22<sup>1</sup> Kodeksu Cywilnego, wyjaśnienie pojęcia umowy konsumenckiej, wyjaśnienie uczniom, że kończąc 13 lat mają tzw. „ograniczoną zdolność do czynności prawnych”, przedstawienie głównych instytucji zajmujących się ochroną praw konsumentów w Polsce

**Pomoce dydaktyczne:** fragment Ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustaw, fragment Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks Cywilny, wykaz instytucji zajmujących się ochroną praw konsumentów w Polsce

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny

**Środki dydaktyczne:** tablica, film, komputer, rzutnik multimedialny

**Czas:** 45 minut („Wprowadzenie”: 10 minut, film: 35 minut)

Rozpocznij lekcję od rozdania uczniom broszur edukacyjnych.

Następnie zrób wprowadzenie do tematu, którego propozycję znajdziesz poniżej.

**Zapytaj** uczniów:

Czy wiedzą co oznacza słowo „konsument” i kogo nazywamy konsumentami?

Poproś, aby wymienili wszystkie skojarzenia dotyczące pojęcia konsument.

Zapytaj także, w jakich sytuacjach jesteśmy konsumentami?

Aby pokazać uczniom, że konsumentami nie jesteśmy jedynie w momencie dokonywania zakupów w sklepie, lecz także korzystając z różnych usług, **naprowadź** ich pytaniami typu:

Czy kiedy rozmawiamy przez telefon komórkowy, to jesteśmy konsumentami, czy nie?

**Podaj** też inne możliwe sytuacje:

- zakupy w sklepie (spożywczym, hipermarkecie, z odzieżą, w sklepie sportowym), na bazarze, w Internecie
- wizyta u fryzjera, kosmetyczni, na siłowni
- rozmowa przez telefon (także stacjonarny)
- oglądanie telewizji
- korzystanie z Internetu
- korzystanie z usług bankowych

**Zadaj kilka pytań** sprawdzających, czy uczniowie dobrze zrozumieli pojęcie „konsument”, np.:

Czy konsumentem jest Pan, który tankuje benzynę do swojego samochodu?

Czy konsumentem jest Pani, która właśnie leci samolotem?

Czy konsumentem jest rodzina, która kupuje bilety na przedstawienie teatralne?

**Przedstaw** uczniom definicję konsumenta zawartą w artykule 22<sup>1</sup> Kodeksu Cywilnego.

**Fragment Ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. o zmianie ustawy – Kodeks Cywilny oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 49, poz. 408) – definicja konsumenta**

Art. 22<sup>1</sup>. Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Następnie **wyjaśnij** uczniom, że zgodnie z powyższą definicją konsument to osoba, która kupuje produkty, bądź korzysta z jakiś usług tylko na *potrzeby własne*, swojej rodziny bądź przyjaciół, znajomych itd., nie zaś w celach zawodowych.

Przykład: Gdy nasi rodzice tankują benzynę do naszych samochodów rodzinnych są konsumentami, lecz gdy tankują benzynę do samochodu służbowego konsumentami nie są.

Upewnij się, że uczniowie zrozumieli różnicę i **zapytaj**, w których z nich tata/mama są, a w których nie są konsumentami:

- Mama kupuje bilet lotniczy, bo chce odwiedzić swoją siostrę w Hiszpanii.
- Mama kupuje bilet lotniczy, bo jedzie na konferencję służbową do Hiszpanii.
- Tata kupuje aparat fotograficzny, bo lubi robić zdjęcia gdy wyjeżdża z rodziną na wakacje.
- Tata kupuje aparat fotograficzny, bo jest fotografem i sprzedaje zrobione przez siebie zdjęcia.

Następnie **wyjaśnij** uczniom, że zawsze, gdy dokonujemy jakiegoś zakupu, zawieramy ze sprzedawcą lub usługodawcą umowę. Nawet zakup chleba czy szczoteczki do zębów wiąże się z zawarciem tzw. umowy konsumenckiej. Stronami umowy konsumenckiej są konsument i przedsiębiorca. Umowa konsumencka może być ustna lub pisemna. Zazwyczaj, gdy dokonujemy drobnych zakupów, nie spisujemy umowy. Jednak, w niektórych przypadkach – np. gdy zawieramy umowę z bankiem – spisanie umowy jest wymagane przez przepisy. Umowę zawieramy po to, aby mieć dowód.

**Wyjaśnij** tym uczniom, którzy nie ukończyli jeszcze 18 lat, że będąc **pomiędzy 13 a 18 rokiem życia**, mają prawo do zawierania tylko pewnych umów konsumenckich, gdyż przysługuje im „ograniczona zdolność do czynności prawnych”. Oznacza to, iż swobodnie mogą zawierać umowy w tzw. „drobnych bieżących sprawach życia codziennego”, czyli kupować żywność, gazety, długopisy, książki i inne drobne przedmioty. Wszystkie inne umowy, np. te z bankiem czy biurem podróży, muszą zawierać w towarzystwie i za zgodą osoby pełnoletniej (rodzica bądź opiekuna). W chwili ukończenia 18 lat uzyskają pełną zdolność do czynności prawnych.

### **Fragment Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks Cywilny (Dz. U. 1964 nr 16 poz. 93) – zdolność prawna i zdolność do czynności prawnych**

Art. 11. Pełną zdolność do czynności prawnych nabywa się z chwilą uzyskania pełnoletności.

Art. 12. Nie mają zdolności do czynności prawnych osoby, które nie ukończyły lat trzynastu, oraz osoby ubezwłasnowolnione całkowicie.

.....

Art. 15. Ogranieczoną zdolność do czynności prawnych mają małoletni, którzy ukończyli lat trzynaście, oraz osoby ubezwłasnowolnione częściowo.

.....

Art. 17. Z zastrzeżeniem wyjątków w ustawie przewidzianych, do ważności czynności prawnej, przez którą osoba ograniczona w zdolności do czynności prawnych zaciąga zobowiązanie lub rozporządza swoim prawem, potrzebna jest zgoda jej przedstawiciela ustawowego.

Art. 18. § 1. Ważność umowy, która została zawarta przez osobę ograniczoną w zdolności do czynności prawnych bez wymaganej zgody przedstawiciela ustawowego, zależy od potwierdzenia umowy przez tego przedstawiciela.

§ 2. Osoba ograniczona w zdolności do czynności prawnych może sama potwierdzić umowę po uzyskaniu pełnej zdolności do czynności prawnych.

§ 3. Strona, która zawarła umowę z osobą ograniczoną w zdolności do czynności prawnych, nie może powoływać się na brak zgody jej przedstawiciela ustawowego. Może jednak wyznaczyć temu przedstawicielowi odpowiedni termin do potwierdzenia umowy; staje się wolna po bezskutecznym upływie wyznaczonego terminu.

Art. 19. Jeżeli osoba ograniczona w zdolności do czynności prawnych dokonała sama jednostronnej czynności prawnej, do której ustawa wymaga zgody przedstawiciela ustawowego, czynność jest nieważna.

Art. 20. Osoba ograniczona w zdolności do czynności prawnych może bez zgody przedstawiciela ustawowego zawierać umowy należące do umów powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego.

Art. 21. Osoba ograniczona w zdolności do czynności prawnych może bez zgody przedstawiciela ustawowego rozporządzać swoim zarobkiem, chyba że sąd opiekuńczy z ważnych powodów inaczej postanowi.

Art. 22. Jeżeli przedstawiciel ustawowy osoby ograniczonej w zdolności do czynności prawnych oddał jej określone przedmioty majątkowe do swobodnego użytku, osoba ta uzyskuje pełną zdolność w zakresie czynności prawnych, które tych przedmiotów dotyczą. Wyjątek stanowią czynności prawne, do których dokonania nie wystarcza według ustawy zgoda przedstawiciela ustawowego.

**Wy tłumacz** także uczniom, że wszystkim konsumentom przysługuje wiele różnych praw, których zakres poznają w trakcie tego szkolenia. Niestety zdarza się czasami, że niektórzy przedsiębiorcy nie przestrzegają tych praw i dlatego tak ważne jest, abyśmy my, konsumenci znali swoje prawa i umieli ich bronić. Zawsze możemy jednak liczyć na kilka instytucji, które pomogą nam w przypadku, gdy przedsiębiorca złamie nasze prawa.

### **Instytucje ochrony konsumentów, czyli kto pomaga konsumentom?**

W SPRAWACH INDYWIDUALNYCH:

**Miejski/Powiatowy Rzecznik Konsumentów** – do jego zadań należy zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów. Jest w każdym mieście lub powiecie. Jest on naszym reprezentantem, który broni naszych interesów. Może więc skontaktować się z nieuczciwą firmą i spróbować wpłynąć na załatwienie sprawy. Jeżeli to nie skutkuje, może pozwać przedsiębiorcę do sądu i wziąć udział w postępowaniu.

**Organizacje konsumenckie** – w indywidualnej sprawie konsument może się zwrócić także do organizacji konsumenckich, np. Federacji Konsumentów bądź Stowarzyszenia Konsumentów Polskich. Reprezentują one interesy konsumentów oraz udzielają nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń.

JEŚLI PROBLEM DOTYCZY ZBIOROWYCH INTERESÓW KONSUMENTÓW – np. zły system obsługi klienta, wprowadzająca w błąd reklama, nieprawdziwa informacja na opakowaniu produktu, ukryte wady przedmiotu – skargę (w postaci pisemnej, faksem, telefonicznie, e-mailem lub podczas rozmowy z urzędnikiem) można wnieść do **Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**, w skrócie UOKiK. Jest to centralny urząd w sprawach ochrony konsumentów i ochrony konkurencji.

Po wprowadzeniu uczniów do tematyki konsumenckiej, zapoznaj ich z bohaterami filmu i broszury edukacyjnej – Natalią, Kubą i Julią.

Następnie **odtwórz** film.

Po odtworzeniu filmu:

**Zrób 10 – 15 minutową przerwę**

## TEMAT: ZAKUPY I REKLAMACJA

**Treści programowe:** omówienie czynności, jakie powinno się wykonać przed zakupem towaru, omówienie praw konsumenta i obowiązków sprzedawcy w miejscu sprzedaży, omówienie czym jest „niezgodność towaru z umową”, omówienie odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru z umową i trybu postępowania reklamacyjnego, omówienie czym jest gwarancja i jakie informacje musi zawierać

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny, aranżowana scenka z udziałem uczniów ilustrująca składanie reklamacji

**Pomoce dydaktyczne:** fragment Ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego, scenariusz scenki

**Czas:** 25 minut

Po przerwie, odnosząc się do zachowania bohaterów filmu, zwłaszcza Julii, **zapytaj** uczniów:

Co najbardziej lubią kupować?

Jak często robią zakupy?

Do jakich sklepów chodzą najczęściej?

Następnie **zapytaj** uczniów, jakie czynności powinno się wykonać przed zakupem towaru lub usługi?

W razie potrzeby **uzupełnij** odpowiedzi uczniów, że powinniśmy przede wszystkim:

- przemyśleć dokładnie czego potrzebujemy i co chcemy kupić
- porównać różne produkty spełniające nasze wymagania
- sprawdzić każdą rzecz przed kupnem – przymierzyć, upewnić się, że działa
- zapytać sprzedawców o cechy, funkcje, dokładne przeznaczenie produktów
- przeczytać wszelkie dostępne na ich temat informacje – zwłaszcza te na etykiecie produktu

**Wyjaśnij**, że prawidłowo skonstruowana **e t y k i e t a** musi zawierać:

- nazwę producenta lub importera i adres

na ubraniach dodatkowo:

- z jakich materiałów są wykonane oraz jak je prać lub czyścić

żywność: szczególne regulacje (patrz temat: Żywnienie)

**Dodaj**, że idąc do sklepu, warto mieć ze sobą **l i s t ę z a k u p ó w**, na wypadek gdybyśmy mieli ulec pokusie lub gdyby sprzedawca chciał nam koniecznie sprzedać coś, czego nie potrzebujemy.

Zawsze po zakupie pamiętajmy żeby zabrać ze sobą **p a r a g o n**. To on jest naszym dowodem zakupu – czyli informacją – co, kiedy, od kogo i za ile kupiliśmy. To podstawa do ewentualnej reklamacji. Powinniśmy przechowywać go przez 2 lata!

Następnie **wyjaśnij**, że nie tylko konsument ale także sprzedawca ma swoje obowiązki. Zgodnie z odpowiednimi przepisami prawa uczciwy **sprzedawca musi**:

- podać dokładną i aktualną cenę produktu (w przypadku żywności dwie ceny: konkretnego towaru i za jednostkę miary – np. kilogram)
- udzielać kupującemu jasnych, zrozumiałych i nie wprowadzających w błąd informacji wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedawanego towaru

- zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno-organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego i sprawdzenie jego jakości, kompletności itd.
- potwierdzić na piśmie istotne postanowienia zawartej umowy, np. przy sprzedaży na raty, na zamówienie, według wozu czy za cenę powyżej dwóch tysięcy złotych, a także zawsze na żądanie klienta
- wydać towar z pełnym wyposażeniem i wszystkimi niezbędnymi elementami oraz instrukcją obsługi w języku polskim

**Wyjaśnij** także uczniom, że umieszczanie, często spotykanych w sklepach tabliczek z napisami typu: „Po odejściu od kasy reklamacji nie uwzględnia się”, „Towar nie podlega reklamacji”, „Reklamacje uwzględniane są tylko w dniu zakupu” itd. jest niezgodne z prawem! Konsument ma zawsze prawo do złożenia reklamacji!

Reklamację możemy złożyć z tytułu niezgodności z umową (u sprzedawcy) oraz z tytułu gwarancji (u producenta, sprzedawcy lub importera).

Aby reklamacja została uznana, kupiony przez nas towar musi być niezgodny z umową. Oznacza to, że:

- jest uszkodzony (przykład: dziurawe spodnie, stłuczona lampa)
- jest niekompletny (przykład: książka bez wszystkich stron, bluzka bez guzików)
- nie nadaje się on do celu, do jakiego jest zwykle używany (przykład: długopis nie pisze, drukarka nie drukuje, pralka nie pierze, komórka rozładowuje się po 2 minutach rozmowy)
- nie spełnia oczekiwań gwarantowanych przez sprzedawcę lub producenta (przykład: sprzedawca obiecywał, że długopis będzie świecić w ciemności, tymczasem nie świeci, w reklamie szamponu do włosów podano, że usunie on łupież po 2 tygodniach, tymczasem łupież nie zniknął)

W takich przypadkach mamy prawo:

- żądać usunięcia wady/naprawy towaru
- domagać się wymiany na towar zgodny z umową

Gdy naprawa lub wymiana nie jest możliwa lub bardzo kosztowna i naraża konsumenta na znaczne niedogodności możemy:

- żądać obniżenia ceny
- odstąpić od umowy i zwrócić towar, żądając zwrotu pieniędzy

**Zapytaj** uczniów, czy kiedykolwiek składali reklamację i czy wiedzą:

- W jakim terminie możemy reklamować towar?
- Do kogo należy składać reklamację?
- W jakiej formie należy składać reklamację?
- Co napisać w reklamacji?
- W jakim terminie sprzedawca ma obowiązek załatwić naszą reklamację?
- Czy możemy reklamować przeceniony produkt kupiony na wyprzedaży lub w promocji?

**Uzupełnij** wypowiedzi uczniów:

W ciągu 2 lat od wydania towaru niezgodnego z umową możemy składać jego reklamację (termin ten dotyczy tylko reklamacji z tytułu niezgodności z umową). Należy jednak pamiętać, że w przypadku stwierdzenia niezgodności musimy zgłosić reklamację najpóźniej w ciągu 2 miesięcy od wykrycia tej niezgodności. Przekroczenie tego terminu spowoduje utratę uprawnień.

Reklamacje należy składać u sprzedawcy zgłaszając się do niego z paragonem. To on ponosi odpowiedzialność prawną za sprzedany nam towar.

Najlepiej składać reklamację na piśmie. Mamy wtedy dowód, że reklamowaliśmy niezgodny z umową towar. Należy dopilnować, aby sprzedawca podpisał się na reklamacji wpisując datę jej przyjęcia.

Aby reklamacja była skuteczna, muszą się w niej znaleźć podstawowe informacje: data zgłoszenia, określenie sprzedawcy i kupującego, określenie towaru niezgodnego z umową, opisanie tych niezgodności i podanie co wybieramy – naprawę, wymianę, obniżenie ceny czy zwrot pieniędzy.

Sprzedawca ma obowiązek ustosunkować się do naszej reklamacji w terminie 14 dni. Brak odpowiedzi w tym terminie oznacza uznanie reklamacji ze strony sprzedawcy.

To, że towar został kupiony na wyprzedaży lub w promocji, nie oznacza że nie możemy go reklamować w przypadku gdy jest on niezgodny z umową. Sytuację zmienia fakt, gdy powodem obniżenia ceny jest jego wada, o której wiedzieliśmy. Jednak, gdy towar ten nie był odpowiednio oznaczony, lub gdy sprzedawca nie poinformował nas o wadzie będącej powodem obniżenia ceny, możemy taki towar reklamować.

### **Fragment Ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego (Dz. U. 2002 nr 141 poz. 1176) – niezgodność z umową**

#### **Art. 4.**

1. Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania.

2. W przypadku indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego domniemywa się, że jest on zgodny z umową, jeżeli odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazanej kupującemu próbki albo wzoru, a także gdy nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, chyba że sprzedawca zgłosił zastrzeżenia co do takiego przeznaczenia towaru.

3. W przypadkach nieobjętych ust. 2 domniemywa się, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli nadaje się do celu, do jakiego tego rodzaju towar jest zwykle używany, oraz gdy jego właściwości odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju. Takie samo domniemanie przyjmuje się, gdy towar odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela; w szczególności uwzględnia się zapewnienia, wyrażone w oznakowaniu towaru lub reklamie, odnoszące się do właściwości towaru, w tym także terminu, w jakim towar ma je zachować.

4. Na równi z zapewnieniem producenta traktuje się zapewnienie osoby, która wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu krajowego w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa, oraz osoby, która podaje się za producenta przez umieszczenie na towarze swojej nazwy, znaku towarowego lub innego oznaczenia odróżniającego.

#### **Art. 5.**

Sprzedawca nie jest związany zapewnieniem, o którym mowa w art. 4, jeżeli wykazał, że zapewnienia tego nie znał ani, oceniając rozsądnie, znać nie mógł albo że nie mogło ono mieć wpływu na decyzję kupującego o zawarciu umowy, albo też że jego treść sprostowano przed zawarciem umowy.

#### **Art. 6.**

Za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową uważa się również nieprawidłowość w jego zamontowaniu i uruchomieniu, jeżeli czynności te zostały wykonane w ramach umowy sprzedaży przez sprzedawcę lub przez osobę, za którą ponosi on odpowiedzialność, albo przez kupującego według instrukcji otrzymanej przy sprzedaży.

#### **Art. 7.**

Sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. To samo odnosi się do niezgodności, która wynika z przyczyny tkwiącej w materiale dostarczonym przez kupującego.

#### **Art. 8.**

1. Jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia.

2. Nieodpłatność naprawy i wymiany w rozumieniu ust. 1 oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.

3. Jeżeli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1, nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione.

4. Jeżeli kupujący, z przyczyn określonych w ust. 1, nie może żądać naprawy ani wymiany albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna. Przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia.

#### **Art. 9.**

1. Kupujący traci uprawnienia przewidziane w art. 8, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie zawiadomi o tym sprzedawcy. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie zawiadomienia przed jego upływem.

....

#### **Art. 10.**

1. Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu; termin ten biegnie na nowo w razie wymiany towaru. Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana, strony mogą ten termin skrócić, jednakże nie poniżej jednego roku.

**Wyjaśnij** uczniom, że często kupując jakiś towar (np. telewizor) otrzymujemy do niego g w a r a n c j ę.

**Zapytaj** uczniów:

- Czy wiedzą co to jest gwarancja?
- Kto udziela gwarancji?
- Jakie informacje powinny się znaleźć w gwarancji?
- Ile czasu musi trwać gwarancja?
- Co zrobić z wadliwym towarem w przypadku, gdy nie udzielono nam gwarancji?

**Uzupełnij** wypowiedzi uczniów:

Gwarancja, obok reklamacji z tytułu niezgodności z umową, jest drugim narzędziem umożliwiającym konsumentowi dochodzenie odpowiedzialności w przypadku ujawnienia wady w nabytej rzeczy. Udzielenie gwarancji następuje poprzez oświadczenie gwaranta zamieszczone w dokumencie dołączonym do produktu (karcie gwarancyjnej). Gwarancja jest dobrowolna i nie jest obowiązkowa.

Gwarancji udziela gwarant – sprzedawca, producent bądź importer.

Aby gwarancja była ważna, musi ona przede wszystkim określać obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego. Dokument, nie określający tych obowiązków, gwarancją nie jest (np. sam napis na opakowaniu „5 lat gwarancji”). Oprócz tego w gwarancji powinny się znaleźć: nazwa i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Polsce oraz czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej.

Prawo nie narzuca czasu trwania gwarancji, wobec czego gwarant może określić go według swego uznania.

W przypadku ujawnienia się wady towaru, który kupiliśmy, często sądzimy, że gwarancja jest naszą jedyną podstawą do dochodzenia swoich praw. W rzeczywistości jest to dodatkowe uprawnienie i to od nas zależy czy reklamując produkt z niego skorzystamy czy też złożymy reklamację z tytułu niezgodności z umową.

Pamiętajmy, że zawsze mamy prawo reklamować towar z tytułu niezgodności z umową u sprzedawcy, który ponosi odpowiedzialność prawną za sprzedany nam towar!

Na zakończenie **poproś** dwóch uczniów, aby odegrali scenkę w której konsument stanie się nabywcą towaru niezgodnego z umową i zażąda jego wymiany. Poproś, aby wykorzystali w niej wiedzę na temat trybu składania reklamacji zdobytą w trakcie szkolenia.

#### **Scenariusz scenki:**

**Konsument:** Dzień dobry. Dwa tygodnie temu kupiłem/kupiłam w tym sklepie bluzę, założyłem/założyłam ją raz, uprałem/uprałam i się rozciągnęła, tak że do niczego się nie nadaje. Chcę ją zwrócić.

**Sprzedawca:** To nie moja wina, że nie umiesz wyprać bluzy!

**K:** Uprałem/am ją zgodnie z instrukcją – ręcznie i w letniej wodzie.

**S:** A skąd ja mam to wiedzieć, zresztą tak czy siak to wina producenta, a nie moja, że przysyła mi tu wadliwe ubrania.

**K:** Sprzedaje Pan/Pani towar i to Pan/Pani ponosi odpowiedzialność ustawową za niezgodny z umową towar. Dlatego u Pana/Pani mogę złożyć reklamację tego towaru.

**S:** Hmm, ustawową...

**K:** Tak, mów i tym Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego.

**S:** No dobra, to, wymienię Ci tę bluzę na nową.

**K:** Ale nie chcę nowej, takiej samej bluzy. Skoro ta się rozciągnęła w praniu to z taką samą też się tak stanie!

**S:** Za miesiąc będzie nowa dostawa tej firmy – podobno ma być większy wybór i w ogóle super ciuchy. Przyjdź wtedy, to coś sobie wybierzesz fajnego!

**K:** Ustawa określa, że w ciągu dwóch tygodni musi się Pan/Pani do ustosunkować do mojej reklamacji. Inaczej reklamację uważa się za uznaną... Tak więc czekam na odpowiedź na piśmie. Na reklamacji jest mój adres.

**S:** No dobra... zaraz, zaraz a czy w tej całej Ustawie nie było, że od razu trzeba zgłosić reklamację? A ty przychodzisz mi tu aż po 2 tygodniach!

**K:** Ustawa określa, że w ciągu dwóch lat od nabycia towaru niezgodnego z umową można go zareklamować.

**S:** No już dobrze. Daj tę bluzę i masz tu swoje pieniądze!

**K:** Dziękuję. Do widzenia.



# TEMAT: SPRZEDAŻ NA ODLEGŁOŚĆ I POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

**Treści programowe:** omówienie pojęć „umowa na odległość” i „umowa poza lokalem przedsiębiorstwa”, omówienie praw konsumenta i obowiązków sprzedawcy przy zawieraniu umów na odległość i umów poza lokalem przedsiębiorstwa, zwłaszcza informacji, jakie sprzedawca powinien udzielić konsumentowi oraz prawa do odstąpienia od umowy

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny

**Pomoce dydaktyczne:** fragment Ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

**Czas:** 20 minut

Na początek tej części zajęć **zapytaj** uczniów, w jaki sposób, poza „tradycyjnym” sklepem można dokonywać zakupów.

**Uzupełnij** wypowiedzi uczniów:

- w sklepie internetowym
- przez telefon (tele-zakupy)
- za pośrednictwem poczty
- za pośrednictwem akwizytora

**Wyjaśnij** uczniom, że kupując produkty w sklepie internetowym, przez telefon i za pośrednictwem poczty, zawieramy ze sprzedawcą bądź usługodawcą umowę na odległość, kupując zaś za pośrednictwem akwizytora zawieramy z przedsiębiorcą umowę poza lokalem przedsiębiorstwa.

Następnie **zapytaj** uczniów, czy zdążyło im się dokonywać w ten sposób zakupu, np. czy kupowali jakiś produkt przez Internet? Jeśli tak – poproś, aby opowiedzieli co było przedmiotem zakupu, w jaki sposób dokonali transakcji itd.

**Wyjaśnij** następnie uczniom, że umowę na odległość zawiera się bez jednoczesnej obecności obu stron, co oznacza, że konsument nie może w sposób bezpośredni ocenić partnera umowy. Nie może też sprawdzić i wypróbować towaru, tak jak ma to miejsce w sklepie tradycyjnym. Dlatego przed kupnem towaru w wirtualnym świecie musimy pamiętać o kilku ważnych zasadach. Przede wszystkim musimy s p r a w d z i ć s k l e p e.

Pamiętajmy, że robiąc zakupy na odległość, mamy prawo do następujących informacji:

- o sprzedawcy/przedsiębiorcy: imieniu i nazwisku/nazwie, adresie zamieszkania/siedzibie
- o towarze – o wszelkich jego właściwościach, cenie
- o sposobie zapłaty
- o kosztach, terminie i sposobach dostawy
- o prawie do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny
- o sposobie składania reklamacji, w tym o miejscu i formie jej składania

Wszystkie powyższe informacje powinny się znaleźć w regulaminie sklepu. Czytajmy więc dokładnie każdy regulamin, zanim zdecydujemy się na jakikolwiek zakup!!! Brak tych informacji może oznaczać, że sprzedawca zamierza ukryć coś przed nami, a tym samym uniemożliwia lub utrudnia ewentualne dochodzenie roszczeń (zwrot towaru, złożenie reklamacji). Pamiętajmy, że rzetelny sprzedawca nie powinien mieć nic do ukrycia!

Robiąc zakupy na odległość mamy też prawo do:

- otrzymania potwierdzenia zawarcia umowy pisemnie lub e-mailem (najpóźniej w chwili otrzymania towaru), w którym zawarte będą wszystkie wyżej wymienione informacje
- odstąpienia od umowy i zwrotu towaru bez podania przyczyny w terminie do 10 dni od daty jego otrzymania (bądź zawarcia umowy o wykonanie usługi)

Aby odstąpić od umowy, trzeba złożyć oświadczenie na piśmie i przesłać je na adres firmy najpóźniej dziesiątego dnia od daty otrzymania towaru bądź zawarcia umowy o wykonanie usługi. Oświadczenie to należy wysłać nie razem z towarem, lecz osobnym listem poleconym z potwierdzeniem odbioru.

Sprzedawca musi zwrócić pieniądze najpóźniej w terminie 14 dni od daty otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W takim samym terminie musimy też odesłać towar.

Koszty odesłania towaru ponosi konsument, chyba że nie jest to zwrot rzeczy tylko reklamacja. W przypadku reklamacji przedsiębiorca ma obowiązek sam ponieść koszty przesyłki.

Następnie **wytłumacz** uczniom, że prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny nie dotyczy zakupów robionych na internetowych portalach aukcyjnych. Kupujemy na nich bezpośrednio od drugiej osoby, więc nie możemy oczekiwać zwrotu pieniędzy od portalu.

**Fragment Ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. 2000 nr 22 poz. 271) – umowy zawierane na odległość**

**Art. 7.**

1. Konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem.

2. Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępne).

3. W razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłaty, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.

.....

**Art. 9.**

1. Konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o:

- 1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany,
- 2) istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
- 3) cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki,
- 4) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia,
- 5) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy,
- 6) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3,
- 7) kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy,
- 8) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
- 9) minimalnym okresie, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenia ciągle lub okresowe,
- 10) miejscu i sposobie składania reklamacji,
- 11) prawie wypowiedzenia umowy, o którym mowa w art. 8 ust. 3.

2. Informacje, o których mowa w ust. 1, powinny być sformułowane jednoznacznie, w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania.

3. Przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia.

4. Obowiązek określony w ust. 3 nie dotyczy jednorazowych świadczeń, które same są spełniane przy użyciu środków porozumiewania się na odległość i za które rachunek wystawia osoba fizyczna lub prawna, która w ramach swojego przedsiębiorstwa udostępnia co najmniej jeden środek porozumiewania się na odległość, dostępny dla konsumenta i przedsiębiorcy (operator środków porozumiewania się), z wyjątkiem jednak informacji, o których mowa w ust. 1 pkt 1.

**Art. 10.**

1. Termin dziesięciodniowy, w którym konsument może odstąpić od umowy, liczy się od dnia wydania rzeczy, a gdy umowa dotyczy świadczenia usługi – od dnia jej zawarcia.

2. W razie braku potwierdzenia informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1, termin, w którym konsument może odstąpić od umowy, wynosi trzy miesiące i liczy się od dnia wydania rzeczy, a gdy umowa dotyczy świadczenia usługi – od dnia jej zawarcia. Jeżeli jednak konsument po rozpoczęciu biegu tego terminu otrzyma potwierdzenie, termin ulega skróceniu do dziesięciu dni od tej daty.

Następnie **zapytaj** uczniów, czy zdążyło im się otrzymywać niechciane e-maile. **Wytłumacz**, że wszelkie niechciane i niezamawiane wiadomości zawierające treści o charakterze handlowym (reklamy) – czyli tzw. spam – są niedozwolone i zabronione prawnie. Niestety prawo to jest nagminnie łamane. Dlatego, aby nie stać się ofiarą spamera, nie należy zamieszczać niezabezpieczonego adresu w miejscu ogólnodostępnym, jak np. grupy dyskusyjne, strony www, fora dyskusyjne itp.

W nawiązaniu do sceny z filmu z akwizytorem, **zapytaj** uczniów czy kiedykolwiek odwiedził ich akwizytor i czy kupili coś od niego. **Zapytaj** też uczniów co sądzą o tego typu sprzedaży? Następnie **przypomnij** uczniom, że kupując coś od akwizy-

tora zawieramy z nim umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. W sytuacji takiej nie mamy pewności tak jak w tradycyjnym sklepie, że zawieramy umowę z daną firmą lub z jej upoważnionym przedstawicielem. Dlatego zgodnie z odpowiednimi przepisami akwizytor ma obowiązek:

- okazać dowód osobisty i pełnomocnictwo firmy którą reprezentuje oraz dowód na jej istnienie
- udzielić konsumentowi informacji na piśmie o prawie do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny oraz wręczyć mu wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy

**Wyjaśnij** uczniom, że – tak jak w przypadku zakupów na odległość – kupując coś poza lokalem przedsiębiorstwa mamy prawo do odstąpienia od umowy i zwrotu towaru bez podania przyczyny w terminie do 10 dni od daty jego otrzymania (bądź zawarcia umowy o wykonanie usługi). Aby odstąpić od umowy trzeba złożyć oświadczenie na piśmie i przesłać je na adres firmy. Sprzedawca musi zwrócić pieniądze najpóźniej w terminie 14 dni od daty otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W takim samym terminie musimy odesłać towar.

**Fragment Ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. 2000 nr 22 poz. 271) – umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa**

**Art. 1.**

1. Przedsiębiorca, który proponuje konsumentowi zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, okazuje przed zawarciem umowy dokument potwierdzający prowadzenie działalności gospodarczej oraz dokument tożsamości. W razie zawierania umów w imieniu przedsiębiorcy zawierający umowę okazuje ponadto dokument potwierdzający swoje umocowanie.

.....

**Art. 2.**

1. Konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem.

2. Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępne).

3. W razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.

**Art. 3.**

1. Kto zawiera z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie, o którym mowa w art. 2 ust. 1, i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby); obowiązany jest także wręczyć konsumentowi

pisemne potwierdzenie zawarcia umowy, stwierdzające jej datę i rodzaj oraz przedmiot świadczenia i cenę.

2. Konsument, na żądanie przedsiębiorcy, poświadcza na piśmie, że został poinformowany o prawie odstąpienia i że otrzymał wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

**Art. 4.**

Jeżeli konsument nie został poinformowany na piśmie o prawie odstąpienia od umowy, bieg terminu, o którym mowa w art. 2 ust. 1, nie rozpoczyna się. W takim wypadku konsument może odstąpić od umowy w terminie dziesięciu dni od uzyskania informacji o prawie odstąpienia. Konsument nie może jednak z tego powodu odstąpić od umowy po upływie trzech miesięcy od jej wykonania.

Następnie **wytłumacz** uczniom, że może się zdarzyć, że otrzymamy np. pocztą jakiś niezamówiony towar – np. książkę czy gazetę. Wyjaśnij, że w żadnym wypadku nie musimy za taki towar płacić. Wysyłanie przez przedsiębiorcę niezamówionego przez konsumenta towaru następuje tylko i wyłącznie na ryzyko przedsiębiorcy i nie nakłada na konsumenta żadnych zobowiązań!

**Zrób 10 – 15 minutową przerwę**

# TEMAT: USŁUGI FINANSOWE

**Treści programowe:** omówienie procedury zakładania konta bankowego, omówienie warunków umowy z bankiem, omówienie podstawowych zasad postępowania z kartami płatniczymi

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny

**Pomoce dydaktyczne:** fragment Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe

**Czas:** 10 minut

Po przerwie **przeprowadź** z uczniami krótką rozmowę na temat oszczędności pieniężnych. **Zapytaj:**

Czy kiedykolwiek pracowali i samodzielnie zarabiali pieniądze?

Czy mają własne oszczędności?

Jeśli tak, to gdzie je przechowują?

Czy mają własne konto w banku?

**Wy tłumacz**, że nawet pomimo tego, że nie są pełnoletni, mając ukończone 13 lat, mają prawo samodzielnie, bez zgody rodziców, dysponować swoim zarobkiem.

W nawiązaniu do historii Julii z filmu edukacyjnego **omów** z uczniami procedurę zakładania konta bankowego. **Wyjaśnij**, że w przypadku, gdy nie mają jeszcze ukończonych 18 lat, do założenia przez nich konta w banku potrzebna jest zgoda osoby dorosłej – rodzica lub innego prawnego opiekuna.

Umowę z bankiem zawsze sporządza się na piśmie. Umowa ta musi m.in. określać:

- kto ją zawiera
- rodzaj otwieranego rachunku
- walutę, w której rachunek jest prowadzony
- czas na jaki rachunek zostaje otwarty
- wysokość oprocentowania zgromadzonych kwot i warunki jego zamiany
- zasady i sposób ustalania wysokości prowizji i opłat za czynności związane z prowadzeniem rachunku

## Fragment Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe (Dz. U. 1997 nr 140 poz. 939)

### Art. 52.

1. Umowa rachunku bankowego jest zawierana na piśmie.

2. Umowa rachunku bankowego powinna określać w szczególności:

- 1) strony umowy,
- 2) rodzaj otwieranego rachunku,
- 3) walutę rachunku,
- 4) czas trwania umowy,
- 5) o ile strony zastrzegają oprocentowanie środków pieniężnych zgromadzonych na rachunku – wysokość tego oprocentowania i przesłanki dopuszczalności jego zmiany przez bank, a także terminy wypłaty, postawienia do dyspozycji lub kapitalizacji należnych odsetek,
- 6) wysokość prowizji i opłat za czynności związane z wykonywaniem umowy oraz przesłanki i tryb ich zmiany przez bank,
- 7) formy i zakres rozliczeń pieniężnych dokonywanych na polecenie posiadacza rachunku oraz terminy ich realizacji,
- 8) przesłanki i tryb dokonywania zmian umowy,
- 9) przesłanki i tryb rozwiązania umowy rachunku bankowego,
- 10) zakres odpowiedzialności banku za terminowe i prawidłowe przeprowadzenie rozliczeń pieniężnych oraz wysokość odszkodowania za przekroczenie terminu realizacji dyspozycji posiadacza rachunku.

Dokładnie czytamy umowę zanim ją podpiszemy! Zwłaszcza to, co napisane jest najdrobniejszym drukiem, najmniejszymi literkami lub znajduje się w najmniej widocznym miejscu. Pamiętajmy, że każdy złożony przez nas podpis niesie za sobą poważne skutki finansowe. Dziś podpiszemy, a jutro może się okazać, że wyraziliśmy w ten sposób zgodę na bardzo niekorzystne oprocentowanie bądź wysokie prowizje pobierane przy transakcjach.

Następnie **zapytaj** uczniów, o czym trzeba pamiętać korzystając z karty płatniczej?

W razie potrzeby **uzupełnij** wypowiedzi uczniów, że ze względu na bezpieczeństwo naszych pieniędzy powinniśmy przede wszystkim:

- nauczyć się na pamięć kodu PIN
- nie udostępniać kodu PIN osobom trzecim: kolegom, znajomym itd. Korzystając z bankomatu zawsze dbajmy o to, by nikt go nie zobaczył

- nie trzymać kodu PIN zanotowanego w tym samym miejscu, w którym przechowujemy kartę, np. w portfelu
- nigdy nie rozstawać się z kartą dokonując zakupów. Sprzedawca lub kelner w restauracji nie może z nią odchodzić od nas
- gdy otrzymujemy potwierdzenie zapłaty, zawsze sprawdzamy, czy kwota na nim wydrukowana zgadza się z wartością wydatków. Potwierdzenie przechowujemy do czasu, aż otrzymamy wyciąg z banku. Tylko w ten sposób możemy zgłosić ewentualną reklamację w banku
- zawsze miejmy pod ręką numer telefonu do banku lub całodobowej infolinii. Jeżeli zgubimy kartę lub zostanie nam ona skradziona, musimy natychmiast powiadomić o tym nasz bank, w celu zastrzeżenia karty

## TEMAT: REKLAMA

**Treści programowe:** omówienie mechanizmów działania reklamy i w jaki sposób należy ją traktować i weryfikować zawarte w niej informacje

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny, debata na temat znaczenia reklamy

**Pomoce dydaktyczne:** schemat debaty

**Środki dydaktyczne:** tablica

**Czas:** 25 minut

**Powiedz** uczniom, że będą brać udział w debacie na temat znaczenia reklamy w dzisiejszym świecie.

**Napisz** na tablicy:

- lubię reklamy, są fajne i ciekawe
- drażnią mnie reklamy, wszędzie jest ich jest za dużo

**Poproś** uczniów, aby każdy z nich wybrał stwierdzenie, które bardziej pasuje do jego poglądów o reklamach. Następnie poproś, aby w ten sposób podzieli się na dwie grupy: zwolenników i przeciwników reklamy.

Zadaniem każdej z grup jest przygotować się do dyskusji. W tym celu, **napisz** na tablicy pytania (przykłady pytań znajdują się w tabelce poniżej).

**Poproś** każdą z grup, aby wspólnie, na kartce papieru, opracowały odpowiedzi na te pytania. Pomóż każdej z grup w tym zadaniu (przykłady odpowiedzi, na które możesz nakierowywać uczniów znajdują się w tabelce poniżej).

Następnie **poproś** obie grupy, aby usiadły naprzeciwko siebie. **Przeprowadź debatę** i bądź jej moderatorem, czytając pytania z tablicy i komentując wypowiedzi uczniów. W trakcie debaty uczniowie będą mogli zmieniać zdanie i przechodzić do drugiej grupy.

Pytania:	Odpowiedzi:	
	Zwolennicy reklam – Tak, ponieważ:	Przeciwnicy reklam – Nie, ponieważ:
Czy reklamy są potrzebne?	Reklamy są potrzebne, bo informują o towarach dostępnych na rynku. Bez reklam nie wiedzielibyśmy jakie produkty warto kupować i jakie są ich zalety.	Reklamy nie są potrzebne. Bez nich i tak wiedzielibyśmy co warto kupować.
Czy reklamy bawią?	Reklamy są fajne, dowcipne, zaskakujące. Czasami są ciekawsze od samych programów.	Reklamy są męczące, powtarzane do znudzenia i wszystkie takie same – chcą żebyśmy coś kupili.
Czy reklamy są wiarygodne?	Warto wierzyć reklamom, zazwyczaj sprawdza się to, co obiecują.	Reklamy kłamią i manipulują nami – pokazują rzeczy lepszymi niż są one w rzeczywistości. Żaden preparat nie jest na tyle „fantastyczny”, że będziemy wyglądać jak modelka, która go reklamuje.
Czy reklamowane produkty są lepsze?	Reklamowane produkty są często lepsze od innych – są droższe, więc lepszej jakości.	Jakość produktu nie zależy od tego czy jest on reklamowany czy nie. Tylko bogate firmy mają pieniądze na reklamy, co wcale nie oznacza, że ich produkty są lepsze.

Po debacie **zapytaj** uczniów czy znają mechanizmy działania reklamy. **Uzupełnij** wypowiedzi uczniów, że celem każdej reklamy jest przede wszystkim zachęcanie odbiorców do kupna reklamowanego produktu. Niekiedy naprawdę potrzebujemy kremu czy proszku do prania. Innym razem kupujemy, bo rzecz, jaką zobaczyliśmy w reklamie, na tyle się nam spodobała, że chcemy ją mieć. Dzieje się tak dlatego, ponieważ specjaliści od reklam stosują różne techniki perswazyjne wpływające na nasze zachowanie. Np. niektóre reklamy przemawiają do sfery uczuć, ukazując radość z posiadania nowego produktu, inne przemawiają do nas poprzez „rozsądek” opierając się np. na „badaniach naukowych”, w innych zaś występują np. znani i cenieni aktorzy, piosenkarze czy sportowcy do których chcemy się upodobnić i dlatego kupujemy reklamowany przez nich produkt. Wszystkie te „techniki” mają bowiem spowodować jedno – byśmy kupili tę, a nie inną rzecz.

Na koniec **przedstaw** uczniom kilka rad na temat tego, jak najlepiej traktować reklamę:

- Zawsze pamiętajmy, że reklama jest po to, żeby przekonać nas do kupna jakiegoś produktu, czyli skłonić do wydania pieniędzy.
- Nie zapominajmy, że to, co na ekranie telewizora czy w radiu trwa kilkadziesiąt sekund, wymyślone jest tygodniami przez sztab specjalistów, którzy znają setki sposobów na to, jak wpłynąć na nasze zachowanie. Dlatego zawsze starajmy się przemyśleć co naprawdę jest nam potrzebne, a co jest tylko kreacją tych potrzeb.
- Do obietnic zawartych w reklamach podchodźmy z dystansem i dużą dozą krytycyzmu. Pamiętajmy, że modelka, która reklamuje krem na piękną cerę ma grubą warstwę makijażu na twarzy i komputerowo wyretuszowane niedoskonałości.
- Zawsze starajmy się być sobą i nie wiermy w złudny obraz świata, w którym szczęście daje modna marka. Tak naprawdę liczy się to, co jest w środku, a nie metki.
- Gdy jesteśmy w sklepie, zastanówmy się chwilę, czego dokładnie potrzebujemy i dlaczego wybieramy taki, a nie inny produkt. Czy to nie aby kolorowa i nowoczesna reklama, w której świat to wieczna impreza, a przyjaciół zyskuje się jedząc razem chipsy, skłoniła nas do tego?
- Pamiętajmy, że reklama nie może wprowadzać w błąd! Zatem jeśli producent, za jej pomocą zapewnia, że po tygodniu stosowania jakiegoś preparatu schudniemy 2 kilo, to mamy prawo nie tylko oczekiwać takiego efektu, ale wręcz go wymagać. W razie braku spełnienia tych zapewnień mamy prawo złożyć reklamację z tytułu niezgodności towaru z umową.

## TEMAT: BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTU

**Treści programowe:** omówienie czym jest i dlaczego warto zwracać uwagę na bezpieczeństwo produktu, omówienie jakie przedmioty są a jakie nie są bezpieczne, omówienie znaków i symboli związanych z bezpieczeństwem produktu

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny

**Pomoce dydaktyczne:** niektóre znaki i symbole związane z bezpieczeństwem produktu

**Środki dydaktyczne:** tablica

**Czas:** 10 minut

Na początek **poproś** uczniów, aby wymienili przedmioty, które według nich są, a które nie są bezpieczne. Wymienione przez uczniów przedmioty zapisz w 2 kolumnach na tablicy. Następnie poproś ich, aby wymienili cechy, które różnią te 2 grupy produktów i zastanowili się, czym według nich jest bezpieczeństwo produktu.

Następnie **wytlumacz**, że bezpieczny produkt to taki, który nie stanowi zagrożenia dla naszego zdrowia podczas normalnego stosowania – czyli zgodnego z przeznaczeniem.

**Podaj przykłady** niebezpiecznych produktów, np.:

- wysuwany nożyk, który nie ma odpowiedniego zabezpieczenia i może nas skaleczyć
- lampka nocna z nieodpowiednią izolacją elektryczną, która może być przyczyną porażenia i/lub pożaru
- zbyt mała zabawka, lub zabawka z wystającą częścią, którą dziecko może połknąć, lub którą może się skaleczyć

Następnie **wytlumacz** uczniom, że za bezpieczeństwo każdego produktu wprowadzonego do obrotu odpowiedzialny jest producent. Jednak to przede wszystkim my musimy zadbać o nasze własne bezpieczeństwo i sami podejmować rozsądne decyzje. Przede wszystkim nie powinniśmy kupować przedmiotów niebezpiecznych (np. fajerwerków), od niesprawdzonych sprzedawców (np. na ulicy), powinniśmy czytać wszystkie ostrzeżenia znajdujące się na opakowaniach informujące nas o różnych zagrożeniach (np. w przypadku zabawek: „Nieodpowiednie dla dzieci w wieku poniżej 3 lat”, a w przypadku deskorolki czy łyżew: „Uwaga, konieczność stosowania sprzętu ochronnego”), a także dokładnie czytać instrukcję obsługi każdego urządzenia.

Następnie **zapoznaj** uczniów ze znakiem CE umieszczanym na produktach. **Wy tłumacz** uczniom, że znak ten jest deklaracją producenta, że wyrób wprowadzany do obrotu w dowolnym państwie Unii Europejskiej spełnia zasadnicze wymagania, w tym właśnie procedury bezpieczeństwa. Kupując więc wyrób oznakowany CE, zyskujemy pewność, że możemy go bezpiecznie używać w naszym kraju.

**Wy tłumacz** także, że znak ten producent musi umieszczać na:

- zabawkach
- sprzęcie elektrycznym, w tym telewizorach, radiu, komputerach, kalkulatorach, aparatach fotograficznych itd.
- lampach
- lodówkach i zamrażarkach
- wentylatorach
- łodziach
- odzieży ochronnej
- wyrobach budowlanych
- dźwigach i windach

Korzystając z broszury edukacyjnej **przedstaw** uczniom także inne symbole umieszczane na opakowaniach produktów związane z ich bezpieczeństwem: graficzny znak ostrzegawczy dotyczący wieku dziecka i „materiał łatwopalny”.

#### Niektóre znaki i symbole związane z bezpieczeństwem produktu:



**Oznakowanie CE** – to symbol umieszczany na ponad dwudziestu grupach produktów, w tym zabawkach, za pomocą którego producent przekazuje nam informacje, że wyroby te zostały wytworzone zgodnie z wszystkimi zasadniczymi dla nich wymaganiami. Symbol CE stosowany jest we wszystkich krajach Unii Europejskiej



**Graficzny znak ostrzegawczy dotyczący wieku dziecka** – umieszczając ten znak na zabawce lub na jej opakowaniu, producent informuje, że zabawka może być niebezpieczna dla dzieci poniżej 3 roku życia



**„Materiał łatwopalny”** – symbol informuje, że nie wolno zbliżać produktu do ognia ani go ogrzewać; występuje na opakowaniach dezodorantów i innych produktów w aerozolu

**Zrób 10 – 15 minutową przerwę**

## TEMAT: ZRÓWNOWAŻONA KONSUMPCJA

**Treści programowe:** omówienie pojęć: „zrównoważony rozwój” i „zrównoważona konsumpcja”, uwrażliwienie uczniów na fakt, iż za pomocą codziennych zakupów wpływają na stan środowiska przyrodniczego i jakość życia przyszłych pokoleń, omówienie niektórych znaków związanych z ochroną środowiska umieszczanych na opakowaniach

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny, dwa ćwiczenia praktyczne

**Pomoce dydaktyczne:** definicje pojęć, niektóre znaki związane z ochroną środowiska umieszczane na opakowaniach, tabela „Jakie potrzeby spełnia dany produkt?”

**Środki dydaktyczne:** różne opakowania (np.: torebka papierowa, plastikowa „reklamówka”, torba płócienna, butelka szklana, butelka PET) lub/i produkty w opakowaniach (np. owoce w plastikowym opakowaniu i owoce luzem), arkusze A4 z tabelą „Jakie potrzeby spełnia dany produkt?”

**Czas:** 15 minut

Rozpocznij temat od krótkiego wprowadzenia i wyjaśnienia uczniom, że bycie konsumentem to nie tylko prawa, ale także obowiązki. Podstawowym obowiązkiem mądrego i świadomego konsumenta jest dbałość o naszą planetę. Wyjaśnij, że takie właśnie poczucie odpowiedzialności nazywa się zrównoważoną konsumpcją. Termin ten pochodzi od pojęcia zrównoważonego rozwoju, czyli rozwoju przyjaznego zarówno dla ludzi jak i dla środowiska naturalnego.

### **Definicja pojęcia „rozwój zrównoważony” opracowana przez Światową Komisję ds. Środowiska i Rozwoju w 1986 r.:**

Rozwój zrównoważony jest to rozwój, który zaspokaja potrzeby obecnego pokolenia bez pozbawiania możliwości przyszłych pokoleń do zaspokojenia ich potrzeb.

### **Definicja pojęcia „rozwój zrównoważony” opracowana na Konferencji ONZ „Środowisko i Rozwój” w Rio de Janeiro w 1992 r.:**

Rozwój zrównoważony jest to strategia przekształceń ekologicznych, społecznych, techniczno-technologicznych i organizacyjnych, których celem jest osiągnięcie racjonalnego i trwałego poziomu dobrobytu społecznego, umożliwiającego przekazanie go następnym pokoleniom bez obawy zagrożenia destrukcją zasobów przyrody i ekosystemów.

**Wy tłumacz** uczniom, że niezrównoważona konsumpcja prowadzi do zużywania się ograniczonych zasobów naturalnych, do zanieczyszczania wody i powietrza. Niezrównoważona konsumpcja wywołuje też tzw. choroby cywilizacyjne: np. alergie, astmę, stres.

Za pomocą naszych codziennych wyborów w sklepie, stopniowo możemy wpływać na poprawę środowiska, w którym żyjemy i tym samym na jakość życia przyszłych pokoleń. Jednym z rozwiązań jest ograniczenie ilości odpadów, które produkujemy, np. poprzez kupowanie produktów w ekologicznych i zwrrotnych opakowaniach, jak również poprzez ich segregację.

Po tym wprowadzeniu, **połóż** na stole kilka różnych opakowań lub produktów w różnych opakowaniach.

**Poproś** uczniów, aby zastanowili się, które opakowania są przyjazne dla środowiska, a które nie? Zapytaj z czego wykonane są poszczególne opakowania i które z produktów można kupić w innym lub bez opakowania?

**Uzupełnij** wypowiedzi uczniów. Zwróć szczególną uwagę na znaki i symbole umieszczane na opakowaniach informujące nas, że opakowanie jest przyjazne dla środowiska: np. znak „Opakowanie nadaje się do recyklingu” oraz znak „Zielony Punkt”.

**Wyjaśnij** także uczniom, że idąc na zakupy zawsze warto mieć ze sobą w ł a s n ą t o r b ę wielokrotnego użytku. Ograniczamy w ten sposób ilość niepotrzebnych odpadów – plastikowych „reklamówek”.

Następnie **wy tłumacz** uczniom, że nie tylko opakowania mogą być ekologiczne, ale także produkty, np. żywność, kosmetyki, środki czystości (proszki do prania czy płyny do mycia naczyń). Kupując ekologiczne produkty nie tylko chronimy środowisko, ale dajemy zarobić ekologicznym producentom, którzy dzięki temu mogą dalej inwestować w czyste, zdrowe technologie produkcji. Jednocześnie dajemy znak innym firmom, które o to nie dbają, że jeżeli nie zmienią swojego postępowania, będą tracić klientów, a więc zarobią mniej.

**Zapytaj** uczniów, czy wiedzą w jaki sposób wybierać ekologiczne produkty?

**Wy tłumacz**, że także w tym wypadku podpowiedzią są informacyjne znaki i symbole umieszczane na opakowaniach. Niektóre znaki informują nas o pojedynczych aspektach produkcji np. że produkt nie był testowany na zwierzętach, lub że jest bezpieczny dla powłoki ozonowej. Inne – w oparciu o ekologiczne kryteria atestacji – oceniają szereg elementów związanych z produkcją i użytkowaniem produktu, np.: wpływ na jakość powietrza, wody, gleby, ograniczenie ilości odpadów, oszczędność energii, zanieczyszczenie hałasem, możliwość powstawania substancji szczególnie niebezpiecznych itd. Znaki te, to ekologiczne znaki towarowe (ekoznaki).

Korzystając z broszury edukacyjnej **przedstaw** uczniom poszczególne znaki związane z ochroną środowiska.

#### **Znaki związane z ochroną środowiska:**



„Opakowanie nadaje się do recyklingu” – znak informuje, że opakowanie nadaje się do ponownego wykorzystania, czyli recyklingu. Umieszcza się go na opakowaniach z tworzyw sztucznych bądź aluminium. Cyfra i napis, które towarzyszyć mogą symbolowi oznaczają nazwę surowca użytego do produkcji opakowania



„Zielony Punkt” – znak informuje, że producent wniósł wkład finansowy w budowę i funkcjonowanie systemu odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych tworzonego przez Rekopol Organizacja Odzysku S.A., zgodnie z zasadami wynikającymi z przepisów prawa polskiego i Unii Europejskiej w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych



„Nie testowane na zwierzętach” – znak informuje, że w fazie badań produkt nie był testowany na zwierzętach. Najczęściej występuje na kosmetykach





„Bezpieczny dla ozonu” – znak informuje, że produkt nie zawiera freonów, które niszczą powłokę ozonową



„EKO – znak ekologiczny” (Polska) – znak informuje, że produkt został wytworzony zgodnie z ekologicznymi kryteriami ustalonymi przez organizację, która go przyznaje, czyli Polskie Centrum Badań i Certyfikacji



„Ekoland” (Polska) – znak jest najbardziej znanym i rozpoznawalnym na rynku krajowym znakiem, kojarzonym z żywnością ekologiczną. Przyznawany jest przez Polskie Stowarzyszenie Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi. Prawo do używania tego znaku na swych wyrobach mają producenci, przetwórcy i handlowcy spełniający wymagania ustawy o rolnictwie ekologicznym



„Produkcja ekologiczna” (UE) – znak informuje, że co najmniej 95% składników tego produktu żywnościowego wytworzono zgodnie z metodami ekologicznymi, a produkcja była nadzorowana



„Margerytka” (UE) – alternatywa dla państwowych ekologicznych znaków towarowych krajów zrzeszonych, gwarantująca określoną jakość także poza politycznymi granicami państw członkowskich

Następnie **wyjaśnij** uczniom, że nie tylko jakość, ale także **i l o ś ć** kupowanych przez nich produktów wpływa na stan środowiska przyrodniczego. Im więcej bowiem produktów kupujemy, tym więcej energii i wody zużywamy i tym więcej śmieci produkujemy.

**Rozdaj** uczniom arkusze A4 z tabelą „Jakie potrzeby spełnia dany produkt?”. Poproś, aby w odpowiednią kolumnę wpisali produkty, które ostatnio zakupili i zaznaczyli krzyżykiem, które z wymienionych w tabeli potrzeb spełnia dany produkt.

**Omów** z uczniami potrzeby zaspakajane przez poszczególne produkty, a następnie skłoń ich do refleksji, czy wszystkie te produkty są na pewno niezbędne i czy aby czasami nie są tylko zbyteczną zachcianką?

**Tabela „Jakie potrzeby spełnia dany produkt?”**

Jakie potrzeby spełnia dany produkt?		jedzenie	picie	higiena i czystość	zdrowie	mieszkanie	szkoła	ładny wygląd	zabawa	chęć spodobania się kolegom/koleżankom	uznanie rodziców
Produkty, które ostatnio kupiliśmy											
1	spożywcze										
2											
3											
4											
5											
6	kosmetyczno- higieniczne										
7											
8											
9											
10	inne										
11											
12											
13											
14											
15											

# TEMAT: ŻYWIENIE

**Treści programowe:** omówienie zasad zdrowego i racjonalnego żywienia, omówienie informacji, jakie powinny być umieszczane na etykietach produktów żywnościowych, omówienie różnic pomiędzy terminem przydatności do spożycia i datą minimalnej trwałości, omówienie warunków składania reklamacji żywności

**Metody dydaktyczne:** wykład interaktywny, ćwiczenie praktyczne

**Pomoce dydaktyczne:** piramida żywieniowa, zasady racjonalnego żywienia

**Środki dydaktyczne:** tablica, kilka różnych etykiet produktów żywnościowych (w tym produktu nietrwałego mikrobiologicznie – np. świeżo tłoczonego soku z owoców)

**Czas:** 20 minut

**Napisz** na tablicy w dowolnej kolejności następujące rodzaje produktów:

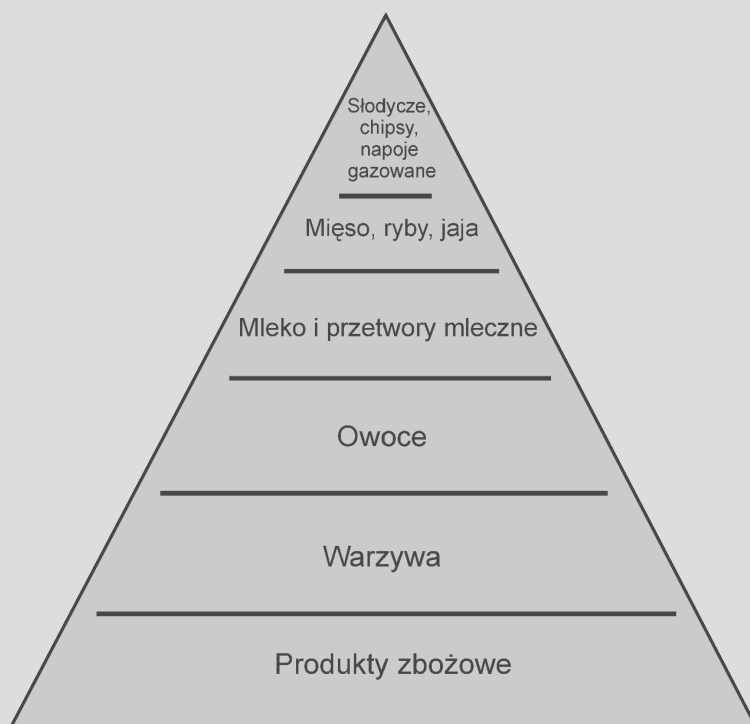
- produkty zbożowe
- owoce
- warzywa
- mleko i produkty mleczne
- mięso, ryby
- jaja
- słodycze
- chipsy
- napoje gazowane

**Narysuj** na tablicy piramidę z 6 piętrami.

**Poproś** uczniów, aby umiejscowili produkty z tablicy na odpowiednim piętrze, w zależności od tego, jak często je spożywają. W tym celu poproś jednego ochotnika do tablicy, żeby wpisywał w puste pola piramidy produkty wymieniane przez uczniów.

Jeżeli ich piramida będzie różna od prawidłowo skonstruowanej piramidy żywieniowej – **przedstaw** uczniom piramidę żywieniową znajdującą się w broszurze edukacyjnej, którą otrzymali przed zajęciami.

**Piramida żywieniowa zalecana przez Polskie Towarzystwo Kardiologiczne i Polskie Naukowe Towarzystwo Otyłości i Przemiany Materii**



Nadal bazując na piramidzie żywieniowej, **wyjaśnij** w skrócie uczniom zasady zdrowego i racjonalnego żywienia.

## Zasady racjonalnego żywienia:

Podstawowym składnikiem naszej diety powinny być produkty zbożowe – pieczywo, kasze, ryż, makarony, płatki zbożowe. Stanowią one bogate źródło węglowodanów, składników mineralnych i błonnika. Węglowodany są głównym źródłem potrzebnej nam energii. Błonnik zaś jest potrzebny do tego, aby zdrowo i sprawnie trawić. Najcenniejsze związki znajdują się tuż pod okrywą otaczającą ziarno zboża, która jest odrzucana podczas produkcji białej mąki. Dla naszego zdrowia znacznie korzystniej będzie więc, jeśli zamiast białej bułki zjemy kromkę razowego chleba (najlepiej z ziarnami).

Na drugim miejscu w jadłospisie powinny się znaleźć warzywa, a na trzecim owoce. Warzywa i owoce to bogate źródła minerałów, błonnika i witamin. Np. zawarta w owocach i warzywach witamina C wzmacnia odporność, zaś witamina A nadaje skórze i włosom ładny wygląd. Warzywa zaleca się jeść 4 – 5 razy dziennie na surowo lub po krótkim gotowaniu – nie tracą wtedy cennych substancji. Owoce zaś najlepiej spożywać na surowo 2 – 3 razy dziennie.

Na czwartym miejscu w naszej diecie powinny figurować mleko i produkty mleczne. Produkty te są głównym źródłem wapnia, który buduje nasze kości. Mleko i jego przetwory są również dobrym źródłem pełnowartościowego i łatwo przyswajalnego białka służącego do budowy i odbudowy naszego organizmu. Zaleca się spożywanie 3 porcji produktów mlecznych dziennie. Jedna porcja to szklanka mleka lub jogurtu, 100 g twarogu lub 35 g żółtego sera.

Mięso, ryby, jaja powinny się znaleźć na piątym miejscu w naszym jadłospisie. Produkty te, tak jak mleko i jego przetwory, są ważnym źródłem białka. Mięso jest też jednym z głównych źródeł tłuszczu. Dlatego powinno być spożywane tylko 2 – 4 razy w ciągu tygodnia. Najbardziej wartościowe jest mięso drobiowe oraz ryby morskie.

Przekąski (chipsy, paluszki, chrupki, snacki) i słodczyce powinny się znaleźć na ostatnim miejscu w naszej diecie. Pomimo, że są smaczne, to zawierają niewiele substancji odżywczych. Dodatkowo, zawierają dużo tłuszczu, trudno przyswajalnego cukru oraz soli. Często zawierają sztuczne związki chemiczne (np. konserwanty), na które trzeba uważać i nie spożywać ich zbyt wiele.

Następnie **zapytaj** uczniów, ile posiłków spożywają dziennie i czy robią to regularnie? **Wyjaśnij**, że warunkiem zachowania zdrowia i dobrego samopoczucia jest spożywanie 4 posiłków dziennie, z częstotliwością nie większą niż co 4 godziny.

W kolejnej części zajęć **zapytaj** uczniów, czy oprócz jakości produktów i zawartości składników odżywczych należy być pewnym jakichś innych ważnych cech lub właściwości produktu spożywczego, zanim postanowi się go kupić?

Następnie **rozdaj** uczniom kilka etykiet i poproś, aby odszukali na nich ważne według nich informacje. Zwróć szczególną uwagę na datę ważności produktu.

Następnie **poproś** uczniów, aby przeczytali na głos w jaki sposób/jakim terminem oznaczono tę informację.

Istnieją dwa rodzaje oznaczeń: „najlepiej spożyć przed:” oraz „należy spożyć do:”.

Większość produktów oznaczona jest terminem „najlepiej spożyć przed:”, jedynie produkty nietrwałe mikrobiologicznie (świeżo tłoczony sok z owoców) są oznaczone terminem „należy spożyć do:”.

**Zwróć uwagę** uczniom na tę różnicę i **wyjaśnij**, że:

- określenie „najlepiej spożyć przed:” informuje nas o tzw. **Dacie minimalnej trwałości** – czyli dacie, do której prawidłowo przechowywany produkt spożywczy zachowuje pełne swe właściwości, nie zmienia się
- określenie „należy spożyć do:” informuje nas o tzw. **Terminie przydatności do spożycia** – czyli terminie, po upływie którego środek spożywczy nie nadaje się już do spożycia

**Wyjaśnij** też, że na prawidłowo przygotowanej etykiecie, oprócz terminu przydatności do spożycia lub daty minimalnej trwałości powinny znajdować się jeszcze:

Dane identyfikujące producenta lub importera oraz kraj w którym produkt został wyprodukowany – nazwa, adres, telefon itd.

Masa netto – informacja ile waży produkt bez opakowania

Numer serii – numer dzięki któremu można zidentyfikować konkretny produkt

Skład, użyte substancje smakowe, barwniki, środki konserwujące – na etykiecie powinny się znaleźć wszystkie składniki produktu

Warunki przechowywania produktu – informacja jak i gdzie przechowywać dany produkt, a po jego otwarciu także jak długo!

Ewentualnie przeznaczenie produktu – informacja dla kogo jest przeznaczony (np. deser dla niemowląt)

Informacja żywieniowa – informacja na temat wartości energetycznej produktu i zawartości poszczególnych składników odżywczych takich jak białka, tłuszcze i węglowodany. W przypadku wyrobów przeznaczonych do powszechnego spożycia podawanie jej jest dobrowolne.

Nawiązując do sceny z filmu, w której bohaterowie udali się do hipermarketu, **wytłumacz** uczniom, że często producenci nadają ekologiczne nazwy produktów, bądź umieszczają na etykietach informacje, że dana żywność jest ekologiczna lub zdrowa. **Wyjaśnij**, że nie można bez uzasadnienia umieszczać tego typu informacji. To, że produkt wytworzono metodami „ekologicznymi” musi być poparte posiadaniem atestu potwierdzającego jakość i sposób produkcji. Nawiąż do ekoznakowania produktów omówionego w poprzedniej części zajęć.

Następnie **zapytaj** uczniów, czy kiedykolwiek zdarzyło im się kupić niezgodny z umową towar żywnościowy, np. zepsuty jogurt lub sok czy nieświeży sos?

**Wyjaśnij**, że w tym wypadku także mamy prawo reklamować taki produkt, lecz w przypadku towarów żywnościowych obowiązują krótsze terminy na złożenie reklamacji:

- w przypadku towaru sprzedawanego luzem, odmierzanego w miejscu zakupu lub dostarczanego do miejsca zamieszkania kupującego (np. gdy kupujemy owoce, warzywa, sery, ciastka na wagę) – możemy reklamować produkt w terminie 3 dni od dnia sprzedaży lub otrzymania towaru
- w przypadku towaru paczkowego (np. jogurtu, soku, dżemu w słoiku) – możemy reklamować produkt w terminie 3 dni od dnia otwarcia opakowania

Na koniec **powiedz** uczniom, aby dokładnie czytali etykiety i zwracali uwagę, czy znajdują się na nich wszystkie wyżej wymienione informacje. Brak tych informacji może świadczyć o tym, że producent ma coś do ukrycia i należy wtedy unikać takiej żywności.

## TEMAT: SPRAWDZENIE OSIĄGNIĘĆ

**Treści programowe:** sprawdzenie osiągnięć

**Metody dydaktyczne:** rozwiązywanie przez uczniów testu sprawdzającego ich wiedzę

**Pomoce dydaktyczne:** test (pytania i odpowiedzi)

**Środki dydaktyczne:** arkusze A4 z testem sprawdzającym wiedzę

**Czas:** 10 minut

W celu weryfikacji wiedzy zdobytej przez uczniów w trakcie szkolenia, **rozdaj** uczniom arkusze z testem sprawdzającym ich wiedzę zdobytą podczas szkolenia.

### Przykładowy test (pytania i odpowiedzi):

Tylko jedna z podanych odpowiedzi jest prawidłowa!

1. Konsumentem nie jest:
  - a) Pan, który kupił farby aby pomalować biuro
  - b) Pani, która dzwoni przez telefon komórkowy do swojego męża
  - c) Pan, który zamówił w restauracji obiad dla siebie i swojej żony
  - d) Dziecko, które korzysta z automatu na słodycze
2. Umowa konsumencka nie może być zawarta pomiędzy:
  - a) usługodawcą i konsumentem
  - b) sprzedawcą i konsumentem
  - c) przedsiębiorcą i konsumentem
  - d) przedsiębiorcą i przedsiębiorcą
3. Niezgodny z umową towar jest wtedy, gdy:
  - a) ma brzydki kolor
  - b) nie spełnia oczekiwań gwarantowanych przez sprzedawcę lub producenta
  - c) nie pasuje do wystroju naszego pokoju
  - d) źle leży

4. W przypadku, gdy towar jest niezgodny z umową, zawsze mamy prawo:
  - a) złożyć reklamację i żądać naprawy towaru lub domagać się wymiany na towar zgodny z umową
  - b) domagać się zwrotu pieniędzy
  - c) domagać się zwrotu pieniędzy, gdy zareklamujemy towar w dniu zakupu
  - d) żądać obniżenia ceny
5. Reklamacji nie możemy składać:
  - a) w ciągu dwóch lat od wydania towaru niezgodnego z umową
  - b) w ciągu dwóch miesięcy od wykrycia niezgodności towaru z umową
  - c) powyżej dwóch miesięcy od wykrycia niezgodności towaru z umową
  - d) w dniu zakupu towaru
6. Jeżeli sprzedawca w ciągu 14 dni nie ustosunkuje się do naszej reklamacji to:
  - a) reklamacja się przedawniła
  - b) musimy zareklamować towar u przedsiębiorcy
  - c) towar uznaje się za zgodny z umową
  - d) reklamację uznaje się za uznaną
7. Gwarancji może udzielić:
  - a) sprzedawca
  - b) producent bądź importer
  - c) żadna z odpowiedzi (a i b) nie jest prawidłowa
  - d) obie odpowiedzi (a i b) są prawidłowe
8. Jeśli na towar została udzielona gwarancja, to chcąc go zareklamować:
  - a) musimy złożyć reklamację z tytułu gwarancji
  - b) możemy złożyć reklamację z tytułu niezgodności z umową
  - c) możemy złożyć reklamację z tytułu niezgodności z umową, ale tylko w przypadku gdy gwarancji udzielił sprzedawca
  - d) żadna odpowiedź nie jest prawidłowa
9. Zawarciem umowy na odległość nie jest:
  - a) zakup kosmetyku w sklepie internetowym
  - b) zakup kosmetyku w tele-zakupach
  - c) zakup kosmetyku za pośrednictwem katalogu wysyłkowego
  - d) zakup kosmetyku u akwizytora
10. Konsument ma prawo odstąpić od umowy zawartej na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa bez podania przyczyny w terminie:
  - a) 7 dni
  - b) 10 dni
  - c) 14 dni
  - d) 2 miesięcy
11. Znak CE musi być umieszczany na:
  - a) sprzęcie elektrycznym
  - b) lampach
  - c) zabawkach
  - d) wszystkich powyższych
12. Zrównoważona konsumpcja oznacza, że:
  - a) musimy dbać o środowisko naturalne i jakość życia przyszłych pokoleń, ale nie jesteśmy w stanie tego robić dokonując codziennych zakupów
  - b) nie da się dbać o środowisko naturalne i jakość życia przyszłych pokoleń i jednocześnie kupować potrzebne nam do codziennego życia produkty
  - c) dbamy o środowisko naturalne i jakość życia przyszłych pokoleń, wtedy gdy kupujemy produkty ekologiczne i nie kupujemy niepotrzebnych nam rzeczy
  - d) dbamy o środowisko i jakość życia przyszłych pokoleń, nawet gdy kupujemy mnóstwo niepotrzebnych rzeczy, ale w ekologicznych opakowaniach

13. Ekoznakowaniu mogą podlegać:
- żywność
  - środki czystości
  - kosmetyki
  - wszystkie powyższe odpowiedzi są prawidłowe
14. O terminie przydatności do spożycia informuje nas oznaczenie:
- „termin przydatności do spożycia mija:”
  - „najlepiej spożyć przed:”
  - „należy spożyć do:”
  - „produkt staje się nieważny w dniu:”
15. Kupiliśmy w poniedziałek serek, w środę otworzyliśmy opakowanie ale serek okazał się zepsuty. Reklamację możemy złożyć do:
- wtorku
  - czwartku
  - soboty
  - następnego poniedziałku

**Prawidłowe odpowiedzi:**

1. a	9. d
2. d	10. b
3. b	11. d
4. a	12. c
5. c	13. d
6. d	14. c
7. d	15. c
8. b	

**Przykładowa punktacja:**

1 poprawna odpowiedź to 1 punkt

Ilość punktów	ocena
15 – 13	celujący
12 – 10	bardzo dobry
9 – 7	dobry
6 – 4	dostateczny
3 – 1	dopuszczający
0	mierny





# VADEMECUM PRAW I OBOWIĄZKÓW MŁODEGO KONSUMENTA

## DZIECKO JAKO KONSUMENT

Zgodnie z Kodeksem Cywilnym, dzieci **poniżej 13 roku** życia nie mają zdolności do czynności prawnych, czyli w ogóle nie powinny zawierać umów. Jeżeli jednak dziecko zawarło umowę należącą do umów powszechnie zawieranych w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego, to umowa taka jest ważna, o ile dziecko nie zostało pokrzywdzone (np. poprzez żądanie rażąco wygórowanej ceny za towar, niewydatowanie reszty lub sprzedanie towaru złej jakości).

W sytuacji więc, gdyby dziecko zostało oszukane przez sprzedawcę, to taki zakup byłby nieważny i sprzedawca musiałby zwrócić pieniądze.

Młodzież **pomiędzy 13 a 18 rokiem życia** ma ograniczoną zdolność do czynności prawnych. Oznacza to, iż swobodnie może zawierać umowy w tzw. „drobnych bieżących sprawach życia codziennego”, czyli kupować żywność, gazety, długopisy, książki i inne drobne przedmioty. Wszystkie inne umowy, np. te z bankiem czy biurem podróży, musi zawierać w towarzystwie i za zgodą osoby pełnoletniej (rodzica bądź opiekuna).

## KTO POMAGA KONSUMENTOM?

W SPRAWACH INDYWIDUALNYCH:

- **Miejski/Powiatowy Rzecznik Konsumentów** – do jego zadań należy zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów. Jest w każdym mieście lub powiecie. Jest naszym reprezentantem, który broni naszych interesów. Może więc skontaktować się z nieuczciwą firmą i spróbować wpłynąć na załatwienie sprawy. Jeżeli to nie skutkuje, może pozwać przedsiębiorcę do sądu i wziąć udział w postępowaniu.
- **Organizacje konsumenckie** – w indywidualnej sprawie konsument może się zwrócić także do organizacji konsumenckich, np. Federacji Konsumentów bądź Stowarzyszenia Konsumentów Polskich. Reprezentują one interesy konsumentów oraz udzielają nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń.

JEŚLI PROBLEM DOTYCZY ZBIOROWYCH INTERESÓW KONSUMENTÓW – np. zły system obsługi klienta, wprowadzająca w błąd reklama, nieprawdziwa informacja na opakowaniu produktu, ukryte wady przedmiotu – skargę (w postaci pisemnej, faksem, telefonicznie, e-mailem lub podczas rozmowy z urzędnikiem) można wnieść do **Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**. Jest to centralny urząd w sprawach ochrony konsumentów i ochrony konkurencji.

## NIEZGODNOŚĆ TOWARU Z UMOWĄ

Towar jest niezgodny z umową, gdy:

- jest uszkodzony
- jest niekompletny
- nie nadaje się do celu, do którego zwykle jest używany
- nie ma cech deklarowanych przez sprzedawcę

W takiej sytuacji sprzedawca powinien:

- nieodpłatnie naprawić towar
- wymienić na inny

A w szczególnych przypadkach:

- obniżyć cenę
- zwrócić pieniądze

## REKLAMACJA

Konsument zawsze ma prawo do złożenia reklamacji!

Reklamację możemy złożyć z tytułu niezgodności z umową oraz z tytułu gwarancji

### 1) Z tytułu niezgodności z umową

- reklamację można złożyć w ciągu 2 lat od zakupu
- składamy ją u sprzedawcy zgłaszając się do niego z paragonem
- najlepiej składać reklamację na piśmie
- czas rozpatrywania – 14 dni
- reklamację żywności składamy: w ciągu 3 dni od zakupu (towar sprzedawany luzem) lub 3 dni od daty otwarcia (towar paczkowany) – powinna być rozpatrzona niezwłocznie
- w przypadku towaru przecenionego, zachowujemy prawo do reklamacji – chyba, że towar był przeceniony z powodu wady, o której zostaliśmy poinformowani
- w przypadku nieuwzględnienia reklamacji – polubowny sąd konsumencki przy Inspekcji Handlowej. Jeśli sprzedawca nie wyraża na to zgody, można wnieść sprawę do sądu powszechnego

### 2) Z tytułu gwarancji

- gwarancji może udzielić sprzedawca, producent, importer
- gwarancja jest nieobowiązkowa i nieodpłatna
- gwarancja nie wyłącza, nie ogranicza, ani nie zawiesza uprawnień konsumenta wynikających z prawa do reklamacji towaru niezgodnego z umową
- dokument gwarancyjny musi określać: obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego, nazwę i adres gwaranta, czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej
- prawo nie narzuca czasu trwania gwarancji – gwarant może określić go według swego uznania

## OBOWIĄZKI SPRZEDWCY

- podać dokładną cenę – w przypadku żywności także cenę za jednostkę miary (np. kilogram, litr, metr, etc.)
- udzielać nie wprowadzających w błąd informacji
- zapewnić warunki umożliwiające wybór i sprawdzenie jakości towaru
- potwierdzić na piśmie istotne postanowienia zawartej umowy, np. przy sprzedaży na raty, na zamówienie, według wzoru czy za cenę powyżej dwóch tysięcy złotych, a także zawsze na żądanie klienta
- wydać kompletny towar i instrukcję obsługi

## ZAKUPY NA ODLEGŁOŚĆ – Internet, sprzedaż wysyłkowa, tele-zakupy

- sprawdzaj z kim zawierasz umowę – zwłaszcza nazwę i adres siedziby firmy
- czytaj regulamin i informacje o towarze
- sprawdź całkowity koszt zakupu (cena, koszt przesyłki, podatki VAT)
- masz prawo do odstąpienia od umowy i zwrotu towaru bez podania przyczyny w terminie do 10 dni od daty jego otrzymania – musisz złożyć oświadczenie na piśmie i przesłać je na adres firmy listem poleconym z potwierdzeniem odbioru
- zwrot pieniędzy – najpóźniej w terminie 14 dni od daty otrzymania oświadczenia przez sprzedawcę
- aukcje internetowe – brak możliwości zwrotu towaru!!!