**ИНФОРМАЦИЯ О ТОВАРАХ**

**Цели:** познакомить учащихся с понятиями информация, товар, сертификат; сформировать у учащихся понятие информация о товарах; познакомить учащихся с источниками информации о товарах, задачами сертификации, видами сертификатов и их характеристикой.

**Ход урока**

1. Организация урока.

* Приветствие.
* Проверка готовности учащихся к уроку.

1. Сообщение темы урока.

Прежде чем купить какой-либо товар необходимо собрать информацию о его потребительских качествах. Информация о товарах играет немаловажную роль. Для начала давайте разберемся в понятиях информация и товар.

1. Изучение нового материала.

Слово «информация» происходит от латинского "informatio" – сведения, разъяснения. Одна и та же информация могут являться новой или устаревшей, актуальной или неактуальной для разных людей.

Информация – это любые сведения, которые интересуют конкретного человека в конкретной ситуации. Информация – это сведения об объектах или явлениях окружающей среды, которые мы запрашиваем в случае возникновения необходимости в них. Информация может быть новой – это сведения, которых мы еще не знаем, и устаревшей – т.е. известной, переработанной.

Товар – это любой продукт, вещь, имеющий материальную, вещественную форму. Товар является главным объектом, участвующим в рыночных отношениях между покупателем и продавцом.

Товар не может быть духовным, то есть не может быть просто воздухом, так как его нельзя продать за материальные ценности.

Предложить товар на продажу можно только, если он имеет вещественно-материальную форму.

Товар бывает однородным, например сырье или материал для производства какого-либо продукта и неоднородным. Неоднородный товар предполагает наличие нескольких составляющих, например автомобиль, который состоит из множества деталей и узлов.

Существует деление товара по времени. Портящийся товар, непортящийся товар. В первом случае к таким товарам относятся, продуты питания, технические товары, и т.п. которые постепенно портятся со временем. Непортящиеся товары – это все остальные виды продукции, неподвластные времени (драгоценные металлы, предметы роскоши и т.п.).

Информация о товарах - это совокупность сведений, которые позво­ляют судить о качестве товаров, их хранении, безопасности эксплуатации или употребления.

Первичными источниками товарной информации и одновременно исполнителями услуг по информированию продавцов и/или потребителей о продаваемых товарах являются производители. От того, насколько качественны эти информационные услуги, зависят скорость продвижения товаров по каналам распределения, интенсивность сбыта, стимулирование продаж, создание потребительских предпочтений и в конечном счете жизненный цикл товара. В то же время изготовитель не является единственным источником информации. Производственную информацию может дополнять продавец.

Основная функция информации о товаре — это доведение до сведения потребителя (поставщика, продавца и др.) сведений о потребительских свойствах товара, об условиях и режимах правильного хранения, транспортирования, выбора, использования и утилизации товара. Изготовитель и/или продавец несет ответственность за полное соответствие товара заявленной о нем информации.

Право потребителя на информацию регулируется нормами закона РФ "О защите прав потребителей" и Гражданским кодексом РФ, а требования к содержанию и способам предоставления информации о товарах установлены указами президента и постановлениями правительства РФ, соответствующими решениями уполномоченных органов исполнительной власти и нормативными документами на конкретные группы и виды товаров.

Выделяют ***основные требования к товарной информации***: достоверность, доступность, достаточность. *Достоверность* предполагает правдивость и объективность сведений о товаре, отсутствие дезинформации и субъективизма в их представлении, вводящих пользователей в заблуждение. *Доступность*- это требование связано с принципом информационной открытости сведений о товаре, затрагивающих интересы потребителей для всех пользователей. Доступность состоит из трёх составляющих: языковой доступности, востребованности и понятности. Языковая доступность, т.е. информация должна быть на государственном языке или языке преобладающей части потребителей, для которых этот товар предназначен. Востребованность - предоставление необходимой информации по требованию потребителя. Понятность - использование общепринятых и (или) стандартизованных понятий, терминов, условных обозначений (символов), а также возможность их определения или расшифровки. *Достаточность* информации - может трактоваться как рациональная информационная насыщенность, что исключает представление как неполной, так и излишней информации. Достоверность предполагает соответствие содержащихся в ней сведений о товаре (работе, услуге) действительным (то есть – истине). Таким образом, если в банке со «шпротами» лежат рыбьи головы, то так и надо писать «корм для бедных кошек», то есть рыбьи головы, а никак не шпроты 3-го класса, второй фасовки, седьмой закрутки.

**Виды информации о товаре.**

В зависимости от назначения товарную информацию подразделяют на три вида: основополагающую; коммерческую; потребительскую.

Основополагающая товарная информация — основные сведения о товаре, имеющие решающее значение для идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений. К основополагающей информации относятся вид и наименование товара, его сорт, масса нетто, наименование предприятия-изготовителя, дата выпуска, срок хранения или годности.

Коммерческая товарная информация — сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков и продавцов, но малодоступные потребителю. Эта информация содержит данные о предприятиях-посредниках, нормативных документах о качестве товаров, ассортиментных номерах продукции по ОКП, ТН ВЭД и т. п. Типичным примером коммерческой информации является штриховое кодирование.

Потребительская товарная информация — сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, показывающие выгоды вследствие применения конкретного товара и нацеленные на потребителей. Эта информация содержит сведения о наиболее привлекательных потребительских свойствах товаров: пищевой ценности, составе, функциональном назначении, способах использования и эксплуатации, безопасности, надежности и др.

***Источниками информации о товарах или услугах являются*:**

* символы на этикетках, вкладышах, упаковках;
* средства массовой информации (радио, телевидение, электронные  
  средства коммуникации, газеты и журналы);
* выставки товаров или услуг;
* наружная реклама (рекламные щиты, вывески и т. д.);
* инструкции с описанием качества товаров и технологии их приме­нения;
* устное и письменное общение между людьми, включая телефон,  
  телефакс и электронную почту.

Документом, удостоверяющим качество товара, является сертификат.

Сертификация – это деятельность по обнаружению и подтверждению соответствия продукции установленным требованиям.

В соответствии с законодательством сертификация может носить обязательный и добровольный характер.

**Обязательная сертификация** обеспечивает доказательство соответствия продукции требованиям, установленным в нормативных документах.

Цель обязательной сертификации — защита потребителей от приобретения и использования некачественной продукции, способной нанести вред их жизни, здоровью и имуществу, окружающей среде, а также содействие экспорту и повышение конкурентоспособности продукции.

Обязательная сертификация представляет собой форму государственного контроля за безопасностью продукции. Для ее осуществления создаются системы. Российская система обязательной сертификации (Система ГОСТ Р) была утверждена Госстандартом РФ — национальным органом по сертификации — в мае 1992 г.

**Добровольная сертификация** проводится по инициативе юридических и/или физических лиц на договорных условиях между заявителем и органом по сертификации в системе добровольной сертификации.

Объектами добровольной сертификации выступают системы качества производства, а также продукция, работы, услуги, не подлежащие обязательной сертификации, а также продукция по тем требованиям, по которым не предусмотрена обязательная сертификация.

Цель добровольной сертификации — подтверждение соответствия продукции требованиям стандартов, технических условий, рецептур и других документов, определяемых заявителем. Заявителем может быть изготовитель, поставщик, продавец, потребитель продукции.

Сертификат необходим на все ви­ды товаров. При этом на одни виды про­дукции и товаров нужен **гигиенический сертификат**, а на другие — ***серти­фикат соответствия****.* Однако во многих случаях необходимы оба вида сертификата.

Санитарно-эпидемиологическое заключение (гигиенический сертификат, гигиеническое заключение, санитарный сертификат) - сертификат, подтверждающий, что продукция соответствует установленным гигиеническим нормам и санитарным правилам принятым в РФ. Гигиенические сертификаты выдаются органами и учреждениями Государ­ственной санитарно-эпидемиологической службы. Санитарно-эпидемиологическое заключение на продукцию выдается сроком на 5 лет.

***Сертификат соответствия ГОСТ Р*** ( сертификат качества, сертификат безопасности) - сертификат, подтверждающий, что продукция прошла сертификацию и соответствует требованиям качества и безопасности, установленным для данной продукции действующими стандартами (ГОСТ, ГОСТ Р, ГОСТ Р МЭК, ГОСТ Р ИСО и пр.) Сертификат соответствия должно иметь торговое предприятие на каждую партию рекомендуемых товаров, в том числе зарубежных.

Так как торговое предприятие несет ответственность за качество реали­зуемых товаров, то оно обязан по требованию покупателя предоставить ему сертификат на данный товар или его заверенную копию.

Сертификация продукции имеет большое значение, поскольку выполняет важные социально-экономические задачи:

* оказывает помощь потребителям в выборе продукции, служит для защиты их от недобросовестности изготовителя (продавца, испол­нителя), контроля безопасности продукции для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества населения;
* улучшает деятельность предприятий на товарном рынке внутри страны, а также способствует их участию в международном сотрудни­честве и торговле;
* содействует экспорту и повышению конкурентоспособности отечественной продукции.

1. Подведение итогов
2. Д\з принести этикетки от различных товаров, упаковки.