VY_62_INOVACE_2.02

Název: DOHLED NAD OCHRANOU SPOTŘEBITELE – prezentace Power Point

Autor: Hejduková Martina

Předmět: Člověk a svět práce

Ročník: 9.

Časová náročnost: 20 – 25 minut

Ověření: 4. 4. 2012 v 9. A

Metodické poznámky: Prezentace slouží jako osnova pro výklad učiva a navazuje na tematický celek práva spotřebitele – seznámí žáky s tím, jakými právními normami se zde řídíme, jaké úřady a instituce tuto problematiku řeší. Další část prezentace objasňuje pojem nekalé obchodní praktiky.

DOHLED NAD OCHRANOU SPOTŘEBITELE

- **zákon o ochraně spotřebitele**
- **občanský zákoník**
- **Česká obchodní inspekce** (ČOI) – prošetření případů
- **Státní zemědělská a potravinářská inspekce** – kvalita zemědělských a potravinářských výrobků

- **živnostenské úřady** – příslušný podle umístění provozovny
- **různá sdružení spotřebitelů** – pomoc při řešení problémů při reklamaci
- **internet** – zadávání dotazů
- **média –** pořady s tematikou o právech spotřebitele

NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY

- praktiky klamavé a agresivní – zakázány (zákon č. 634/1992 Sb.)
  - **klamavé** - nepravdivé, neúplné nebo nejednoznačné informace
  - **agresivní** – používání nátlaku, manipulace, nebo citového vydírání při prodeji zboží
- reklama – i ta může být klamavá

- „škrty“ na cenovkách (škrty vyšších vymyšlených cen)
- nepravdivé informace o časové omezenosti nabídky – okamžité rozhodnutí koupit zboží (časté při výprodejích sezonního zboží)
- nepravdivé informace o léčebných účincích zboží či služeb (často na předváděcích akcích, předražené zboží)
- manipulace s dětmi (určena přímo dětem)
- oznámení o výhře – ta je podmíněna koupí zboží (mnohdy výhra neexistuje)

- nevyžádané nabídky zboží – opakované nevyžádané nabídky na zboží nebo služby – telefon, e-mail, SMS, osobní návštěva)

- **přemýšlet o nákupu a nenechat se ovlivnit nebo napálit**