АЗБУКА ПОТРЕБИТЕЛЯ.

Цель: создать условия для формирования сознательной потребительской позиции, осознание необходимости беречь своё здоровье.

Форма: групповая работа.

Оборудование: упаковки от продовольственных товаров, соки, сметана, аптечный йод, крахмал, пипетки, стаканчики, тарелки, ложки, вода.

Информационные материалы:

ВРЕДНОСТЬ ТОВАРОВ.

Запрещены для реализации в странах – членах Организации экономического сотрудничества и развития следующие консерванты и продукты, вызывающие заболевания (указываются в составе). Согласно данным Продовольственной комиссии ООН, некоторые западные фирмы расширяют производство и экспорт в «неэлитарные» страны не только экологически опасных, но и запрещённых в развитых странах сельхозтоваров.

Е – 120,110,120, 124, 127 – ОПАСНЫЙ

Е – 103, 105, 111, 121, 125, 126, 130, 152 – ЗАПРЕЩЁННЫЙ

Е – 104, 122, 141, 150, 171, 173, 180, 241 – ПОДОЗРИТЕЛЬНЫЙ

Е – 123 – ОЧЕНЬ ОПАСНЫЙ

Е – 131, 142, 210, 211, 212, 213, 215, 216, 217,240, 330 – РАКООБРАЗУЮЩИЙ.

Е – 311, 312, 313 – ВЫЗЫВАЕТ СЫПЬ.

Е – 250, 251 – ВЫЗЫВАЕТ РАССТОЙСТВО ДАВЛЕНИЯ.

Е – 221, 222, 223, 224,226 – РАССТОЙСТВО КИШЕЧНИКА.

Е – 338, 339,340,341,407,450,461,462,463,465,466,477 – РАССТРОЙСТВО ЖЕЛУДКА.

Е – 320,321,322 – ПОВЫШАЕТ ХОЛЕСТЕРИН.

Е – 230, 231, 232, 238 – ВРЕДЕН ДЛЯ КОЖИ.

КЛАССИФИКАЦИЯ НЕКОТОРЫХ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК.

Пищевые добавки (ПД) применяются для улучшения продукта, его вкуса, внешнего вида. Допустимое содержание ПД в рамках Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) устанавливает специальная комиссия. Разрешение на применение ПД в России выдаёт Госкомитет санитарно-эпидемиологического надзора РФ в установленном порядке при наличии заключения Института питания РАМН.

Е – 100 – Е – 182 – красители (усиливают и восстанавливают цвет продукта).

Е – 200 и далее - консерванты (повышают срок хранения продуктов, защищая их от микробов и грибков).

Е – 300 и далее – антиокислители (защищают от окисления).

Е – 400 и далее – стабилизаторы (сохраняют заданную консистенцию) и загустители (повышают вязкость).

Е – 500 и далее – эмульгаторы (создают однородную смесь).

Е – 600 и далее – усилители вкуса и аромата.

Е – 900 и далее – пеногасители (предупреждают или снижают образование пены).

Е – 1000 – новая группа – глазирователи, подсластители, разрыхлители.

АЛГОРИТМ.

1. Индивидуально: выбери («купи») продукты для группы («семьи»). Обоснуйте свой выбор.
2. В группе: разложите продукты в два пакета: для себя и для гостей.
3. Социализация: каковы принципы вашего деления?
4. Индивидуально: продолжите фразу: «Если я знаю. Что что-то вредит моему здоровью, то я…»
5. В группе: рассмотрите выбранные вами товары как эксперты-экологи. Отберите те товары, которые вы ни за что бы не купили. Поясните свой выбор.
6. Фронтально: назовите качества (свойства) рекламы, благодаря которым человек становиться покупателем.
7. Лабораторная работа.
8. Межгрупповая социализация с записью на доске.

|  |  |
| --- | --- |
| Чем потребитель… | - тем производитель … |
| Активнее | Богаче |
| Наивнее | Наглее |
| Глупее | Умнее |
| Больше покупает | Больше продаёт |
| Умнее | Хитрее |
| Бдительнее | Меньше производит плохого |
| Невежественнее | Богаче |
| Доверчивее | Богаче |
| Меньше обращает внимание на качество | Наглее |
| Внимательнее к здоровью | Беднее |
| Требовательнее | Ответственнее |

Рефлексия: что изменилось, что произошло в моих взглядах как потребителя?