

§ 10. Товар и деньги

- A1** Во время инфляции:
- 1) цены на товары и услуги растут;
 - 2) цены на товары и услуги понижаются;
 - 3) уровень жизни населения повышается;
 - 4) покупательная способность денег остается неизменной.

A2 Верны ли следующие суждения?

А. Основной закон бизнеса гласит: «Купить товар по более высокой цене и продать товар по более высокой цене».

Б. В конечную стоимость товара включается прибыль.

- 1) Верно только А;
- 2) верно только Б;
- 3) верны оба суждения;
- 4) оба суждения неверны.

A3 Гражданин Ф., покупая в магазине комплект мебели, расплатился кредитной картой. В данном случае деньги выступают как:

- 1) мера стоимости;
- 2) мировые деньги;
- 3) средство накопления;
- 4) средство обращения.

A4 Определите верную последовательность появления в истории человечества различных форм денег:

- 1) шкуры зверей, монеты, кредитные карточки, бумажные деньги;
- 2) монеты, шкуры зверей, бумажные деньги, кредитные карточки;
- 3) шкуры зверей, монеты, бумажные деньги, кредитные карточки;
- 4) бумажные деньги, кредитные карточки, монеты, шкуры зверей.

A5 В течение прошлого года молоко в городе Н. подорожало на 15%, а хлеб — на 30%. Речь идет о функции денег:

- 1) средство накопления;
- 2) мера стоимости;
- 3) средство обращения;
- 4) средство платежа.

A6 Верны ли следующие суждения о составляющих конечной стоимости товара?

А. Различные издержки не входят в конечную стоимость товара.

Б. Начальная цена товара не учитывается при вычислении конечной стоимости товара.

- 1) Верно только А;
- 2) верно только Б;
- 3) верны оба суждения;
- 4) оба суждения неверны.

ФУНКЦИИ ДЕНЕГ

А) Мера стоимости.

Б) Средство обращения.

В) Средство платежа.

Г) Средство накопления.

ПРИМЕРЫ

1) В магазине продаются телевизоры на любой вкус: маленькие за 6 тыс. рублей и большие плазменные за 25 тыс. рублей.

2) Гражданка М. купила на рынке все необходимые продукты для приготовления своего фирменного плова, заплатив за них 300 рублей.

3) Семье Петровых за пять лет удалось скопить необходимую сумму и купить дачу недалеко от города.

4) Фирма купила у гражданина Г. машину, переводя на его счет в банке необходимую сумму денег.



Спрос и предложение

После изучения темы учащиеся должны:

- знать, что такое спрос и предложение, как они взаимосвязаны между собой;
- объяснять на конкретных примерах взаимосвязь цены, спроса и предложения;
- давать определения понятиям: *спрос, предложение, маркетинг, товарный дефицит, цена.*

План урока:

1. Что такое спрос в условиях рыночной экономики?
2. Предложение как экономическая категория.
3. Законы спроса и предложения.
4. Маркетинг.



1.Спрос и предложение как факторы рыночной экономики

Основными параметрами, регулирующими поведение участников

рынка, являются спрос, предложение и цена, между которыми

Спрос - готовность покупателя приобретать товары и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени



ГОТОВНОСТЬ



желание и
ВОЗМОЖНОСТЬ



1.Спрос и предложение как факторы рыночной экономики

Величина спроса отражает то количество товара, которое было бы куплено по некоторой цене за определенный период времени при данном характере спроса, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на спрос.

Цена - денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Существует
обратная взаимосвязь между ценой и величиной спроса. При неизменном доходе человек будет приобретать больше данного продукта по низкой цене, чем по высокой.





Закон спроса:

Повышение цены обычно ведет к уменьшению величины спроса, и, наоборот, снижение цены ведет к увеличению спроса.

Закон спроса гласит:

- Чем выше цена, тем ниже величина спроса.
- Чем ниже цена, тем выше величина спроса

СПРОС зависит от:

1. Размера индивидуального дохода;
2. Потребности, необходимой сегодня;
3. Моды;
4. Цены на товары-заменители



Предложение

Предложение отражает **готовность** продавца продать товары или услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени.



Величина предложения отражает то **количество товара**, которое **может быть продано** по некоторой цене за определенный период времени при данном характере предложения, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на предложение.

Закон предложения утверждает,
что существует **прямая**
взаимосвязь между ценой и
величиной предложения.

На предложение влияет:

1. цены на ресурсы;
2. налоги и дотации;
3. цены на другие товары;
4. технология производства;
5. число продавцов на рынке;
6. ожидания изменения цен.



Цена товара
(услуги)



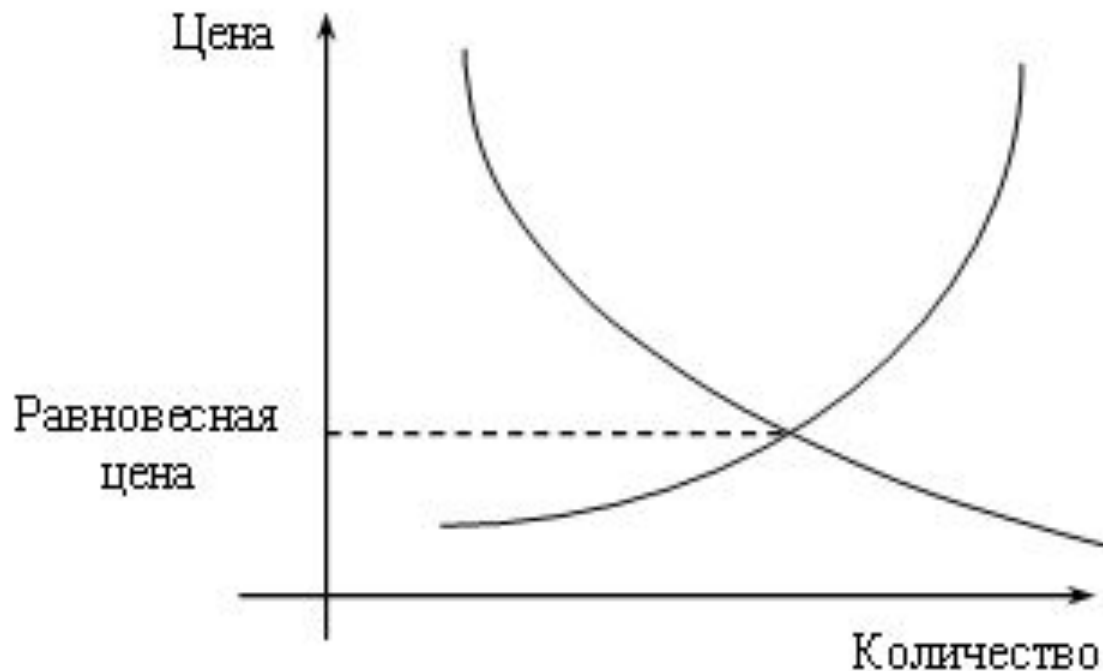
Закон предложения: повышение цены товара (услуги) обычно ведет к росту величины предложения, и, наоборот, снижение цены ведет к уменьшению величины предложения.

4. Заполните третью колонку таблицы.

Спрос	Предложение	Цена
Остается на прежнем уровне	Растет	
Уменьшается	Растет	
Растет	Остается на прежнем уровне	
Растет	Уменьшается	
Уменьшается в 2 раза	Уменьшается в 3 раза	
Остается на прежнем уровне	Уменьшается	
Растет в 2 раза	Растет в 2 раза	

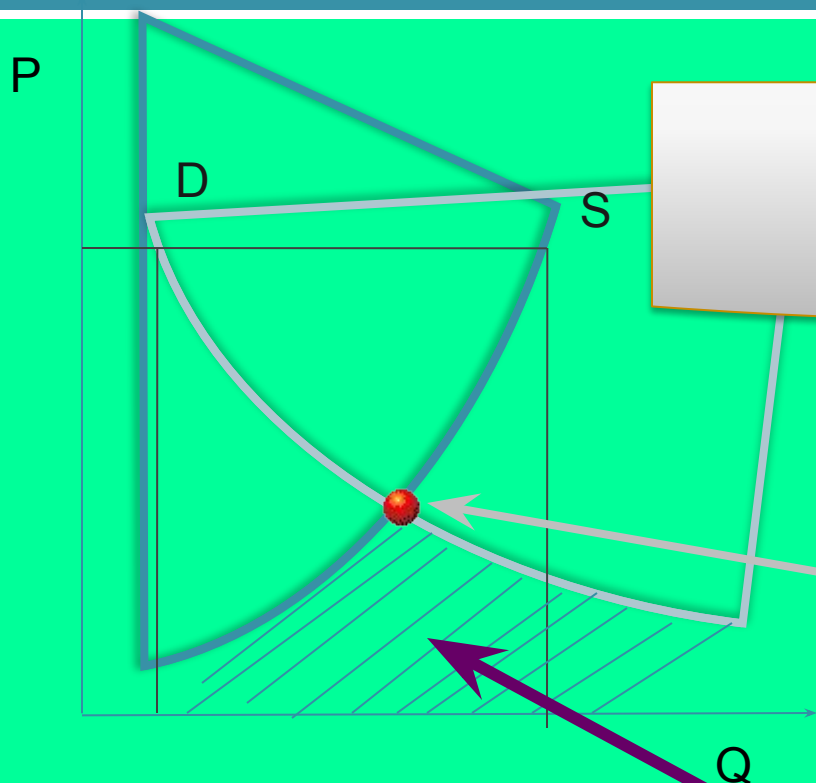
Практикум:

- Описать ситуацию, которая иллюстрирует формулу «Спрос рождает предложение»



- Пересечение кривых спроса и предложения дает значение равновесной цены.
- **Равновесная цена** – это цена, при которой весь поставляемый на рынок товар покупается.

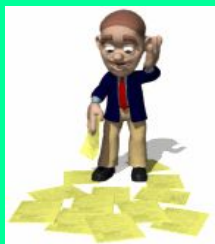
4. Закон спроса и предложения. Искусство компромисса.



Чем больше спрос, тем больше предложение.

Точка равновесия: спрос равен предложению.

Товарный дефицит- это ситуация на рынке, когда спрос большой, а предложение невелико.



Практикум:



- Как соотносятся между собой спрос, предложение и цена при дефиците товаров?

2. Роль маркетинга в рыночной экономике.

Мáркéтинг (англ. *marketing* — продажа, торговля на рынке) - управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации, как единым комплексным процессом.

Маркетинг – это способ вскрытия и использования потребностей людей в коммерческих интересах фирмы.



Сущность маркетинга:

1. Всестороннее изучение рынка, спроса, интереса покупателей.
2. Активное воздействие на существующий спрос и формирование новых потребностей покупателей.

Виды маркетинговой деятельности

- Маркетинговые исследования
- Разработка товара
- Ценообразование
- Организация рекламы
- Организация распространения товаров и услуг

Практикум:

- Подготовьте рекламу для продвижения товара или услуги по схеме: форма представления, содержание

Товары, услуги:

- 1. туризм, витамины для детей, обувь, фильм, молочная продукция
- 2. парикмахерская, лекарство, мебельный салон, книга, театр
- 3. косметология, соки, школьная форма, строительная фирма, организация досуга

Домашнее задание

- Учебник: § 11, ответить на вопросы в конце параграфа, выучить основные понятия с определениями урока.
- По желанию:
- 1. Подготовить презентацию на тему «Маркетинг» («Виды маркетинговой деятельности», «Роль рекламы в продвижении товара или услуги на рынок»)
- 2. Подготовить презентацию «История развития рынка с древнейших времен до наших дней»



презентация работы по теме: «Спрос и предложение»

1. На рост предложения влияет:

1. Недостаток сырья.
2. Высокая производительность.
3. Большие затраты на производительность.
4. Все вышеперечисленное.

2. Верны ли следующие суждения о цене?

А. Цена зависит от спроса, но не зависит от предложения.

Б. На более редкие товары устанавливаются более высокие цены.

1. Верно только А.
2. Верно только Б.
3. Верны оба суждения.
4. Оба суждения неверны.

3. Маркетинг не занимается изучением:

1. *Объема спроса и предложения.*
2. *Насыщенностью рынка тем или иным товаром.*
3. *Возможностей населения по приобретению товаров.*
4. *Организации технического процесса производства.*

4. В *небольшом городе М. частные предприниматели построили несколько обувных фабрик. Продукция фабрик стала поступать на прилавки магазинов города. В результате в городе М.:*

1. *Резко выросли цены на обувь.*
2. *Произошло насыщение рынка обувной продукцией.*
3. *Увеличился спрос на обувь.*
4. *Все магазины обуви закрылись.*

5. Найдите черты сходства и различия между понятиями «спрос» и «предложение».

1. Является категорией рыночной экономики.
2. Влияет на повышение или понижение цен.
3. Растет при увеличении цен при прочих равных условиях.
4. Падает при увеличении цен при прочих равных условиях.
5. Определяется потребителями.

6. Найдите в предложенном списке факторы, влияющие на повышение спроса на рынке.

1. Снижение покупательной способности.
2. Увеличение цен на товары-заменители.
3. Повышение доходов покупателей.
4. Понижение цены на товар.
5. Возникновение моды на данный товар.

7. Установите соответствие между
ситуацией на рынке и последствиями

СИТУАЦИЯ

- А) Спрос растет, а предложение падает.
- Б) Спрос падает, а предложение растет.
- В) Спрос и предложение остаются
неизменными.

ПОСЛЕДСТВИЯ

- 1. Цены остаются неизменными.
- 2. Цены падают.
- 3. Цены возрастают.