

# **Презентация « Обмен, торговля, реклама»**

**Подготовила учитель  
ФГОУ сош№ 4 МО РФ  
Латыпова О.Ш.**

## Цели урока:

подвести учащихся к пониманию причин возникновения обмена между людьми, экономической выгоды обмена для всех его участников, роли торговли и рекламы в жизни современного общества.

## План урока:

1. Зачем люди обмениваются?
2. Торговля и её формы
3. Реклама — двигатель торговли

# Зачем люди обмениваются?

**Причины** возникновения обмена:

- 1) производство экономического продукта;
- 2) доставка экономического продукта на рынок, продукт становится товаром;



- 3) полезность произведенного экономического продукта для людей;
- 4) способность обмениваться на другие товары.



## Зачем люди обмениваются?

С самых древних времён в обществе существовал **бартер** — натуральный обмен одной вещи на другую. Бартер имеет серьёзные недостатки: он неудобен, занимает много времени на поиск варианта обмена, не всегда равноценный и справедливый



## Зачем люди обмениваются?

**Товар** - это продукт труда, созданный для продажи, для обмена через рынок. Любая продукция, чтобы стать товаром, должна обладать двумя свойствами: **потребительной стоимостью и меновой стоимостью. Потребительная стоимость** – это полезность товара для людей, т.е. товар как предмет потре



## Зачем люди обмениваются?

**Меновая стоимость**-это способность обмениваться на другие товары в количественном отношении.

**Стоимость** — мера, с помощью которой определяется ценность товара или его полезность. **Цена товара** — это его стоимость, выраженная в денежной форме.



# Зачем люди обмениваются?

**Рынок** – это вся совокупность экономических отношений, проявляющихся в сфере производств, обмена и потребления товаров и услуг. Рынок связывает экономически обособленных производителей, которые обмениваются результатами своей деятельности.



## Зачем люди обмениваются?

В рыночном хозяйстве продавцы свободно устанавливают цены, а покупатели покупают товар по этой цене или нет. Главный принцип рынка — сделка должна быть выгодна и продавцу и покупателю.



Покупатель удовлетворяет свои потребности в необходимых товарах с наибольшей пользой для себя. Производитель, ориентируясь на его потребности, стремится произвести больше нужных людям товаров и услуг.

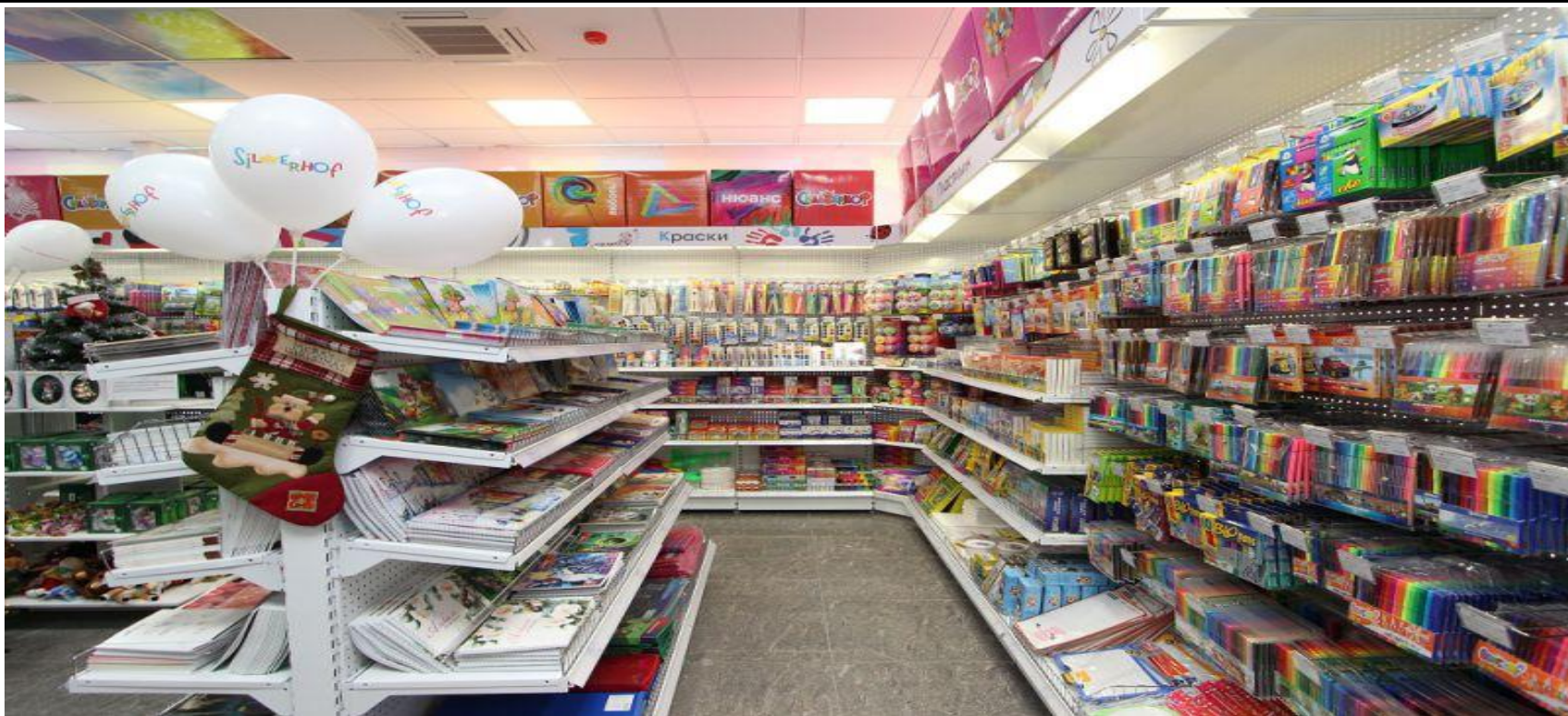


## Зачем люди обмениваются?

**Вывод.** При обмене не нужно все необходимое добывать или делать самому; с его помощью можно получить в свое пользование больший объем раз



# Торговля и её формы



**Торговля** — отрасль хозяйства, в которой происходит реализация товаров путём купли-продажи. Она позволяет соединить производителей товаров и их непосредственных потребителей, людей и предприятия в единое хозяйство страны.

# Торговля и её формы

**Розничная торговля** - это продажа товаров и услуг населению для их личного некоммерческого использования. Она ведется в различных торговых предприятиях.



## Торговля и её формы

**Оптовая торговля** — это продажа товаров крупными партиями с целью их перепродажи или профессионального использования



# Торговля и её формы

**Внешняя торговля** – это торговля одной страны с разными странами. Она состоит из ввоза( импорта) и вывоза (экспорта) товаров. Внешняя торговля разных стран в совокупности представляет



# Торговля и её формы

**Внутренняя торговля** - это торговля в пределах одной страны. Например: продажа автомобилей ВАЗ на территории нашей страны.



## Торговля и её формы

**Вывод.** Торговля помогает людям удовлетворять их растущие потребности, развивать деловую активность, накапливать богатства. В истории человечества она объединяла народы и заставляла их враждовать, способствовала их обогащению и разорению.



# Реклама — двигатель торговли

**Реклама** (от лат. *reclamo* — выкрикиваю) — информация о потребительских свойствах товара или услуги с целью продажи.

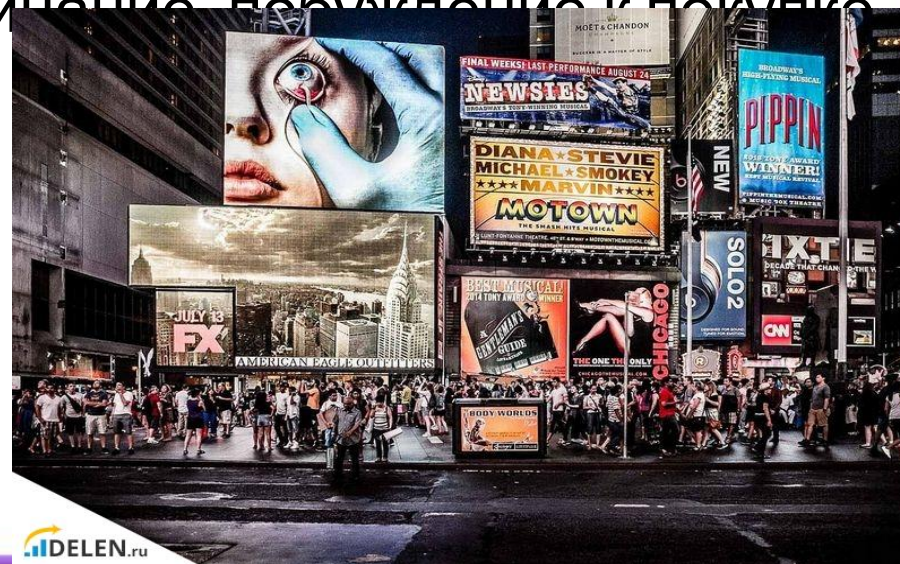




# Реклама — двигатель торговли

Выделяют **три основные функции рекламы:**

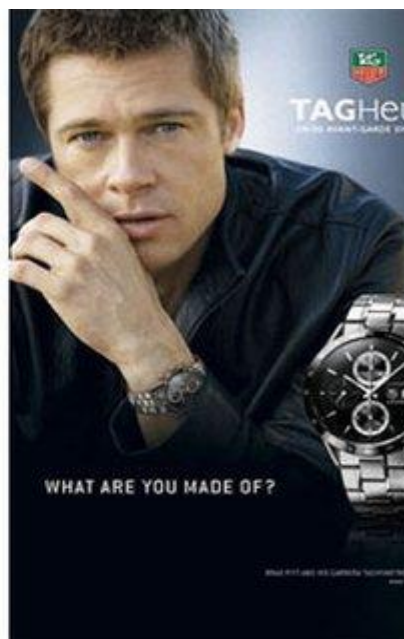
- **информативная** - сообщение о существовании товара, ознакомление с его основными свойствами, параметрами, особенностями; сведения о месте и времени продажи товара;
- **психологическая** - воздействие на чувства самооценки, соображения престижа, взгляды и предпочтения потребителей;



# Реклама — двигатель торговли

В зависимости от того, каковы общие цели рекламы, выделяют **две главные ее разновидности:**

- **престижная реклама**, которая формирует образ товара и имидж фирмы;
- **коммерческая реклама**, которая стимулирует продажи, ускоряет товарооборот и помогает искать выгодных партнеров.



# Реклама — двигатель торговли

В зависимости от того, по каким каналам передают рекламную информацию, различают **печатную рекламу, рекламу в прессе, аудиовизуальную рекламу, радио- и телерекламу, компьютерную рекламу.**



Москва, ночная реклама на здании

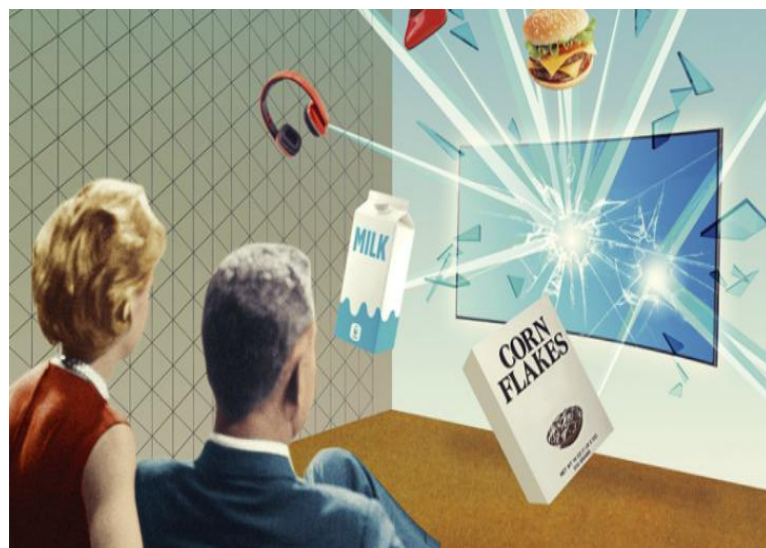
© Дмитрий Неумоин / Фотобанк Лори

lori.ru / 27.219.510



# Реклама — двигатель торговли

Теле- и радиореклама являются самыми дорогостоящими, но и наиболее массовыми, охватывающими самые широкие слои населения. Сила их психологического и эмоционального воздействия



# Реклама — двигатель торговли

**Реклама в прессе** — самый распространенный вид рекламы. Она дешевле радио- и телерекламы, удобна из-за особенностей редакционной обработки (например, в газетах выделяются специальные рубрики типа «Продам», «Куплю» и т. п.), доходит до массового потребителя.



# Реклама — двигатель торговли

**Компьютеризованная реклама** сочетает текст, рисунок, схемы, графику и звук. К основным видам



рекламы можно отнести электронную рекламу по принципу почтовой рассылки (спам), интернет-конференции, электронную рекламу по принципу «загляните к нам» (с использованием баннеров на www-страницах).

## Реклама — двигатель торговли

**Вывод.** Реклама способствует продвижению товаров на рынке, знакомит потребителей с новыми видами товаров, их дополнительными качествами. Реклама привлекает внимание потребителя, подталкивает его к совершению покупки, увеличивая спрос.

