



ОБМЕН, ТОРГОВЛЯ, РЕКЛАМА

План



- ❖ Зачем люди обмениваются.
- ❖ Торговля и ее формы.
- ❖ Реклама-двигатель торговли.

Пирамида потребностей А. Маслоу



Способы удовлетворения потребностей

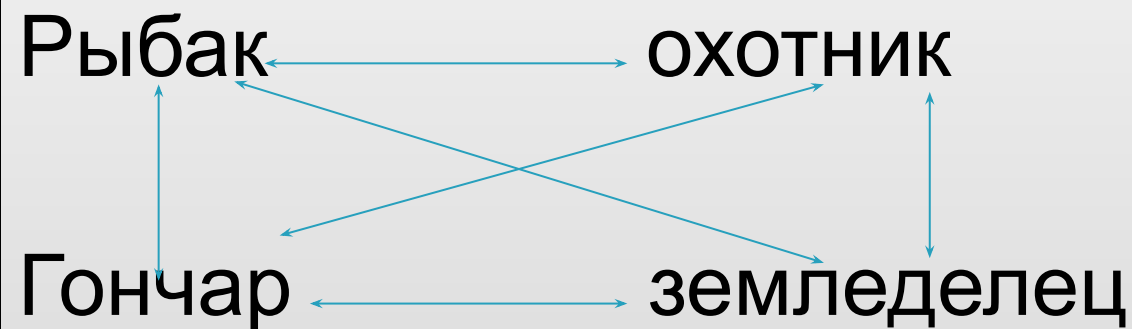


Самостоятельное
производство



обмен излишков
созданных своим
трудом, на
необходимые
вещи, изготовлен-
ные другими

В чем преимущества обмена?



Модель 1

Прямой
продукто-
обмен

модель 2

меновая торговля
без денег

модель 3

торговля
при помощи
денег



Преимущества обмена



**Преимущества
обмена**

**Не надо все
необходимое
делать самому**

**Большой объем
разнообразных
благ**

Игра «Обмен»



- ❖ **Задание:** У вас есть товар. Вам нужно его обменять на другой товар. У вас есть 5 минут.



❖ Вопросы:

- ❖ У кого произошел обмен?
- ❖ Какой товар вы обменивали?
- ❖ Какой товар приобрели в результате обмена?
- ❖ Почему у вас произошел обмен?
- ❖ Что вы предприняли для этого? У кого не произошел обмен? Почему?

Для обмена нужно



- ❖ Произвести экономическое благо
- ❖ Предложить его к продаже, т. е. сделать его товаром



Словарь:



**Товар –
экономический
продукт,
произведенный для
обмена (продажи).**



Свойства товара



**Свойства
товара**

**Потребительная
СТОИМОСТЬ**

**Меновая
СТОИМОСТЬ**



Словарь:



Стоимость – мера, с помощью которой определяется ценность товара или его полезность.



Словарь:



**Потребительная
стоимость –
полезность товара.**



Словарь:



**Меновая стоимость –
способность
обмениваться на другие
экономические продукты.**

Для обмена нужно



- ❖ Произвести экономическое благо
- ❖ Предложить его к продаже, т.е. сделать его товаром (рынок)
- ❖ Товар должен обладать потребительной стоимостью
- ❖ Товар должен обладать меновой стоимостью.



Словарь:



**Цена – денежное
выражение
СТОИМОСТИ ТОВАРА.**



- ❖ Какую роль играет цена на рынке?
- ❖ Что произошло, если бы цены исчезли?

Функции цены



- ❖ Ограничивают потребление ресурсов
- ❖ Мотивируют производство.



Словарь:



**Бартер –
натуральный
обмен.**





❖ Прочитайте с. 99, определите недостатки бартерной торговли

Недостаток бартера



- ❖ Неудобен
- ❖ Занимает много времени на поиск варианта обмена
- ❖ Не всегда равноценный



Словарь:



❖ Рынок – это

1) место, где происходит торговля;

2) экономические отношения в сфере товарного обмена.

Черты рынка



- ❖ Всякий продавец охотно имеет дело с любым покупателем
- ❖ Всякий покупатель может заключить сделку с любым продавцом

Виды рынков



1. По масштабам охвата территории

- Мировые
- Региональные
- Городские
- Районные

2. По уровню конкуренции

- конкурентные (свободные)
- монополистические (закрытые)



Словарь:



Торговля – отрасль хозяйства, реализующая товары путем купли-продажи.

Причины возникновения торговли



- ❖ Стремление людей удовлетворить свои потребности, получить как можно больше разнообразных товаров и услуг
- ❖ Каждый способен произвести лишь ограниченный набор продуктов
- ❖ Торговля позволяет получить большее количество благ



- ❖ Прочитайте рубрику «Путешествие в прошлое» с. 100-102.

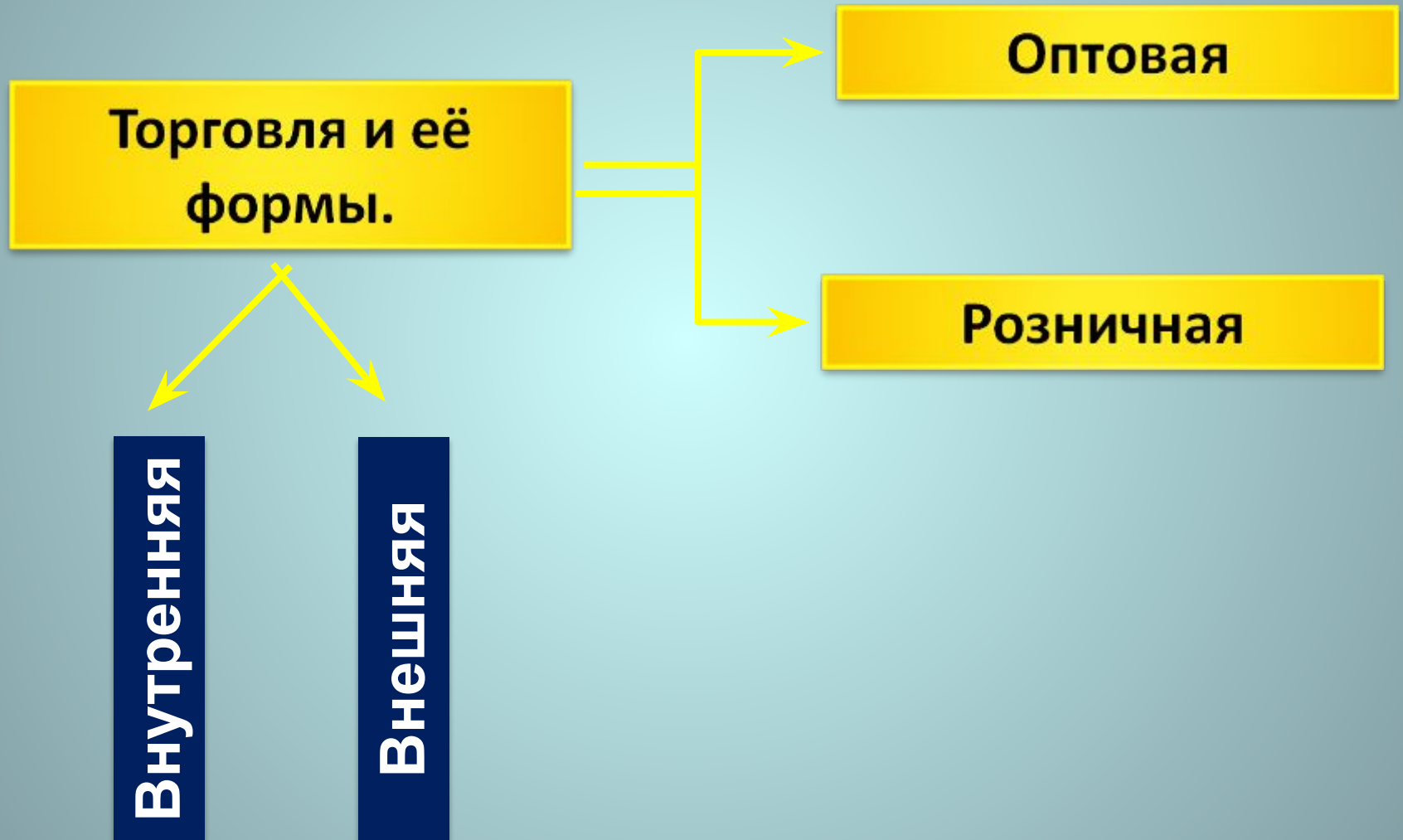
- ❖ Найдите аргументы в поддержку высказываний Дж. Гарфилда и В.Н. Татищева.

Задание



- ❖ Прочитайте пункт 2 параграфа 12 С. 100 графически изобразите формы торговли.

Формы торговли



Виды торговли



Оптовая

Продажа товаров большими партиями.

Розничная

Продажа единичных товаров или мелкими партиями.

Внутренняя

Торговля в пределах одной страны.

Внешняя

Торговля с другими странами

Задача.



- ❖ Три поросенка решили построить кирпичный дом. В течении двух лет они покупали ежемесячно по 50 кирпичей в магазине. Их общие затраты составили 10т медных монет. На оптовой базе 10 кирпичей продаются за 15 медных монет.
- ❖ Сколько бы денег могли сэкономить поросята?



Словарь:



❖ Реклама -

(от итальянского «reclamo» – «громко кричать») – пропаганда идей, товаров и услуг, призванных повысить их привлекательность для потребителя.

Функции рекламы



Привлечение клиентов . Информирование их о новых товарах, услугах, местах продаж

Увеличение продаж. Подразумевается, что реклама, как инструмент маркетинга, способствует повышению объёма продаж

Регулирование сбыта. Если забывать о данной функции рекламы, то можно легко заработать отрицательный имидж

Коммерческая реклама



1. Информативная
реклама



2. Увещевательная
реклама.



3. Напоминающая
реклама.

Информативная реклама



Задачи:

- Оповещение потребителя о новом товаре.
- Информация, которая носит познавательный характер.
- Формирование имиджа фирмы.

Увещевательная реклама



Задачи:

- Формирование спроса потребителя к торговой марке.
- Убеждения потребителя о покупке данного товара именно сейчас.
- Поощрение потребителя, что отдал предпочтение именно вашему товару.

Напоминающая реклама



Задачи:

- Напомнить о том, что данный вид товара по прежнему необходим.
- Напомнить потребителям о том, где можно купить данный товар

Задание



- ❖ Придумайте аргументы в защиту современной рекламы
- ❖ Придумайте аргументы против современной рекламы.

Подведем итоги



- ❖ **Как и почему взаимосвязаны понятия обмен, реклама, торговля в экономической жизни общества?**

Домашнее задание



❖ § 12, читать, отвечать на вопросы