



# ОБМЕН, ТОРГОВЛЯ, РЕКЛАМА

# План



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

# Пирамида потребностей А. Маслоу



# Способы удовлетворения потребностей

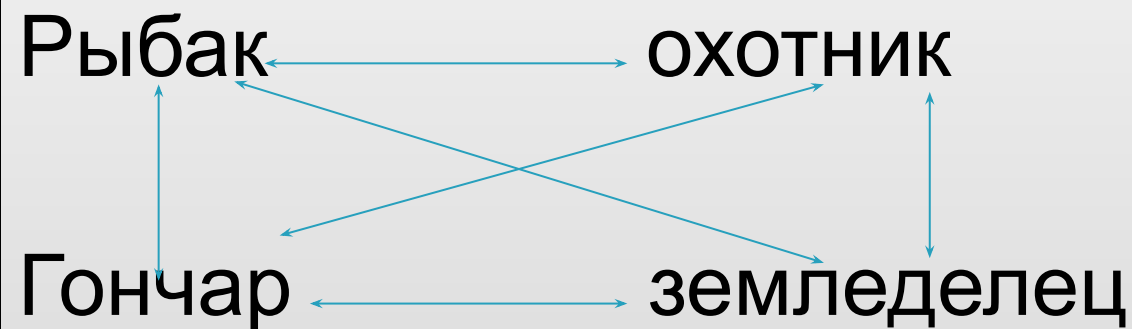


Самостоятельное  
производство



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



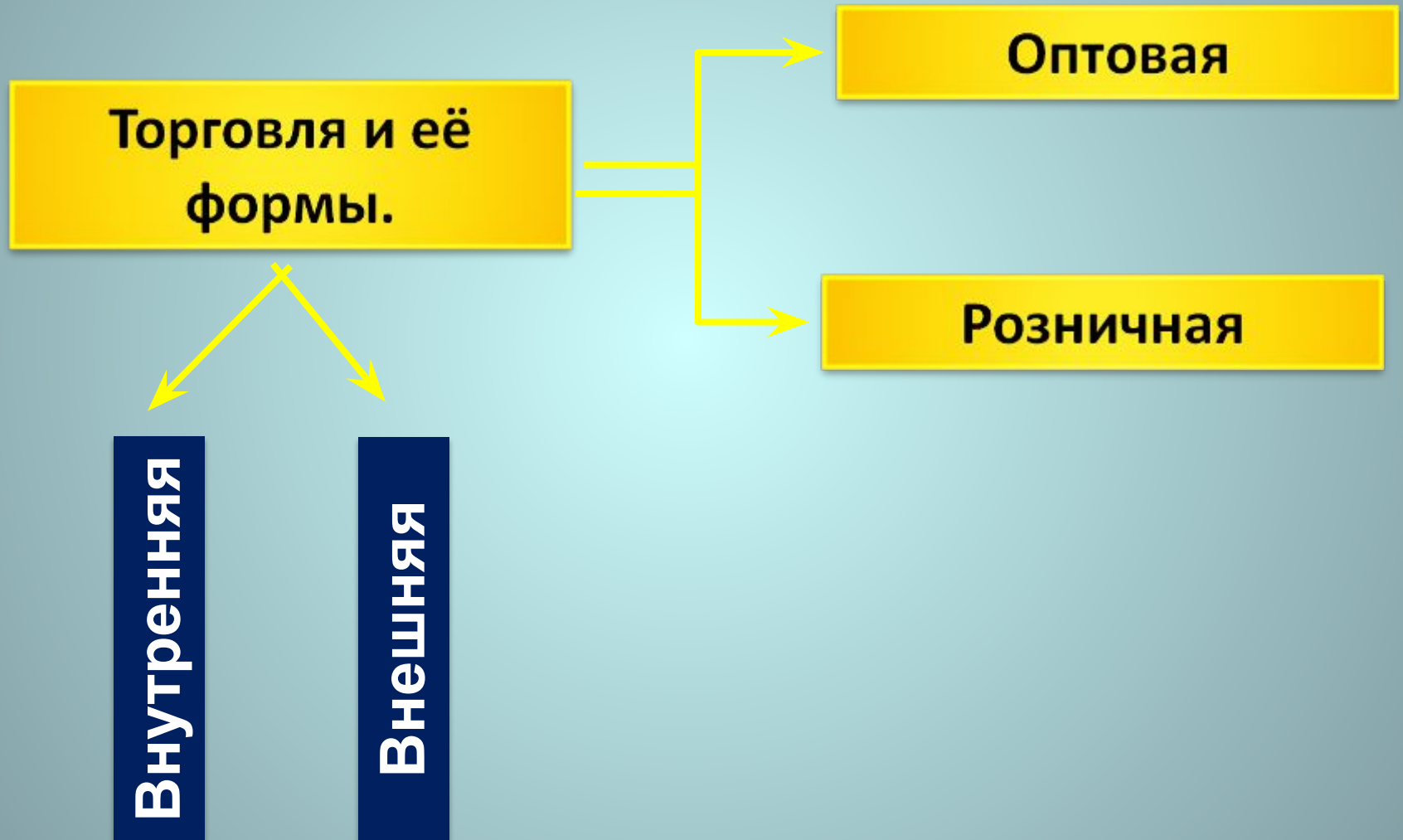
- ❖ Прочитайте рубрику «Путешествие в прошлое» с. 100-102.
  
- ❖ Найдите аргументы в поддержку высказываний Дж. Гарфилда и В.Н. Татищева.

# 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