

ОБМЕН, ТОРГОВЛЯ, РЕКЛАМА

План



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

Пирамида потребностей А. Маслоу

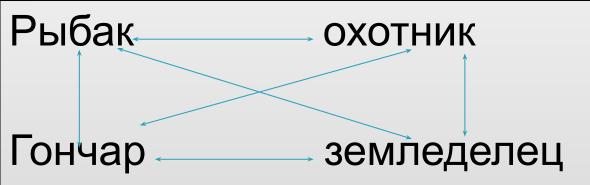


Способы удовлетворения потребностей



Самостоятельное производство обмен излишков созданных своим трудом, на необходимые вещи, изготовленные другими

В чем преимущества обмена?



Модель 1 модель 2 модель 2 модель 1 Прямой меновая торговля то продукто- без денег при обмен ден

модель3 торговля при помощи денег



Преимущества обмена



Преимущества обмена

Не надо все необходимое делать самому

Больший 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





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



Свойства товара



Свойства товара

Потребительная стоимость **Меновая стоимость**





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





Потребительная стоимость полезность товара.





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.





Цена – денежное выражение стоимости товара.



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

Функции цены

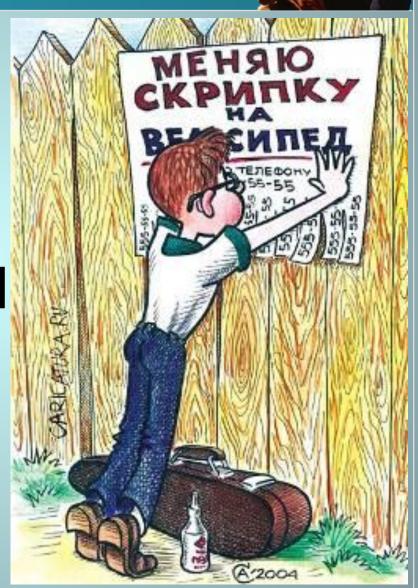


- Ограничивают потребление ресурсов
- Мотивируют производство.





Бартер – натуральный обмен.





 Прочитайте с. 99, определите недостатки бартерной торговли

Недостаток бартера



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





- №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)





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



Торговля и её формы.

Внутренняя

Оптовая

Розничная

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?





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







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.





Задачи:

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

ма

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