



Экономика, 5 класс

Липсиц И.В.

«Удивительные приключения в стране
ЭКОНОМИКА»

Тема 5. «Маркетинг».

Учебник:

глава 3, стр. 47-63.

Путеводитель:

3.13-16

Кроссворд 3, тест 3.

План

Тема 5. «Маркетинг»

- Вопросы-ответы.
- 1.1. Пещера Коммерческого Риска. Виновен ли производитель в разорении.
- 1.2. Как избежать коммерческого риска.
- 2.1. Задача реализации.
- 2.2. Маркетинговое решение.
- 3.1. Маркетинг: основное правило.
- 3.2. Маркетинг: определение.
- 3.3. Правила маркетинга.
- 4. Выручка и закон спроса и предложения.
- 5. Конкуренция.
- 6. Виды конкуренции.
- 7. Монополия.
- Выводы.
- Домашнее задание.



• Вопросы-ответы

Прежде, чем продолжить путешествие по стране ЭКОНОМИКА, ответим на вопросы:

- **Спрос** –

сумма денег, которую покупатели готовы уплатить за товары при определенном уровне цен на них.

- **Предложение** –

количество товара, которое изготовители готовы предложить на рынок при определенном уровне цен на них.

- **Цена** –

сумма денег, которую надо уплатить за товар или услугу.

- Как спрос и предложение связаны с дефицитом и перепроизводством?

Если Холм **Спроса** превышает Холм Предложения, возникает **Дефицит**. В этом случае цена на товар высока.

Если Холм **Предложения** выше, это означает, что общая стоимость произведенных товаров больше, чем у покупателей есть денег на их приобретение - **Перепроизводство**.

• Вопросы-ответы

- **Рыночное равновесие** –

точка пересечения графиков спроса и предложения - положение на рынке, когда покупается все, что предлагается к продаже.

- **Цена рыночного равновесия** –

самая выгодная для производителей, так как выручка при этом наибольшая.

- В чем сущность закона спроса и предложения?

Если цена высока, покупатель на свои доходы сможет приобрести небольшое количество товара. Но если цена снизится, можно будет купить побольше.

- Изготовитель товара будет **производить много**, если **цена** на рынке **высока**. Но если **цена снизится**, это будет невыгодно, поэтому предложение товара **сократиться**.

- **Спрос зависит от...**

потребностей покупателей и от их платежеспособности.

- **Предложение зависит от...**

цены на товар, количества продавцов, затрат производителей.



КОНКУРСНЫХ АУКЦИОНОВ

ЧЕРНОРЫНОЧНЫЙ БОР

КУЩОВСК

УРОВЕНЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ
МИНИМУМ
НОМИНАЛЬНЫХ ДОХОДОВ
ДОЛЖИНА ОБЪЕСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

ПОСЕЛОК БЛАГОСОСТОЯНИЯ
РЕАЛЬНЫХ ДОХОДОВ

Семейный Богатство
Военно-промышленная топь

Экологическая пустыня

ГОРОД ДСЛОВЫХ ЛЮДСИ

ХОЛМ СПРОСА

КОЛПИНА ПРОПОРЦИОНАЛЬНОСТИ

КОЛПА СЛАДОКИ

РЕКА ДЕНЕГ

ГОРЬКО

БИЗНЕС

ПОРТ ЭКСПИ

НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГДТВА
ЛАГУНА Бюджетного Дефицита

Экономическую Регуляторов
МОССЕ

ВАНКОВСКОЕ

СТАРТ

ПОРТ МСЖАИНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

СТРАНА ЭКОНОМИКА

ВЪЕЗД
Информационный Интенсив

ХОЗЯЙСТВО

ПРОДУКТ ИНТЕГРАЦИИ



1.1. Пещера Коммерческого Риска

- Наши путешественники попали внутрь холма Предложения, когда он резко вырос и превысил холм Спроса.
- **Коммерческий Риск** – возможность разорения изготовителя вследствие затруднений в реализации товара.



Виновен ли производитель в своем разорении, если его товар не востребован покупателями?



1.2. Пещера Коммерческого Риска

- Предприниматель отвечает перед обществом за эффективное использование ресурсов – они ограничены и должны расходоваться экономно и на всеобщее благо.
- Если произведенные товары никому не нужны, то **ресурсы потрачены напрасно**. За это производитель наказывается **разорением**.

Как же предпринимателю свести к минимуму коммерческий риск и избежать разорения?



ЗАДАЧА

Для получения маркетингового лазера вам надо решить задачу со следующими условиями: вы изготовитель брусничного сока и продаете пакет сока за 35 руб.

Но на рынке появился ещё один изготовитель таких же соков. Он продает пакет сока за 29 руб., и продажи вашего сока упали.

Что вам надо делать, чтобы победить конкурента и сохранить продажи?

TOSHIBA

Satellite

2.1. Решение задачи

Итак, вы можете:

- **СНИЗИТЬ ЦЕНУ** на свой сок на ... руб.
- **ПОВЫСИТЬ ЦЕНУ** на свой сок на ... руб.
- увеличите расходы на **рекламу** на ... руб.
- дарить **ПОДАРОК** стоимостью ... рублей каждому, кто пришлет вам 50 наклеек с пакетов вашего сока
- выпустить в продажу **НОВЫЙ СОРТ** вашего сока по цене ... руб. ...коп.



2.2. Маркетинговое решение

- **«Мы недостаточно богаты, чтобы покупать дешевые вещи».**

Английская поговорка

МАРКЕТИНГОВОЕ РЕШЕНИЕ

- Сохранить прежнюю цену – 35 руб.
- Выпустить новый сорт сока по цене 30 руб.



3.1. Маркетинг: основное правило

- Основное правило маркетинга:

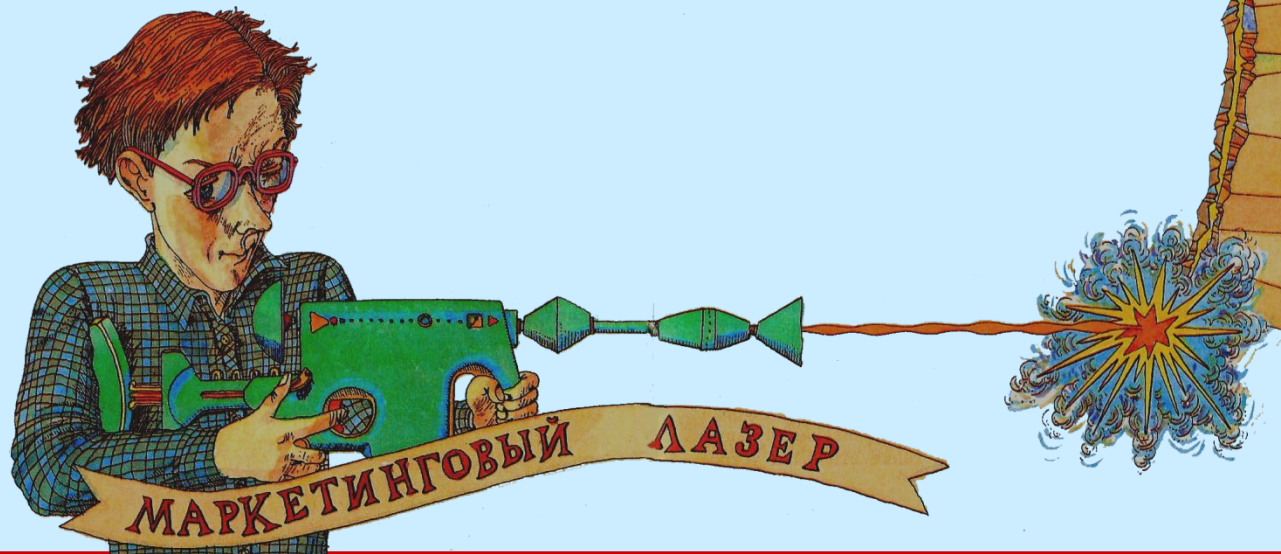
**«ПРОИЗВОДИТЬ ТО, ЧТО ПРОДАЕТСЯ,
А НЕ ПРОДАВАТЬ ТО, ЧТО ПРОИЗВОДИТСЯ»**

Маркет (англ. market) - рынок

3.2. Маркетинг: определение

- **Маркетинг** – способ организации производства и продажи товаров, основанный на изучении потребностей покупателей и производстве только тех товаров, которые покупатели хотят приобретать.

- Стр. 51



3.3. Правила маркетинга

1. Изучение рынка – маркетинговое исследование.

2. Предпринимательская идея.

3. Подсчет затрат.

- Затраты – необходимые расходы для производства продукции (товара или услуги). Стр. 54.

4. Производство.

5. Организация продажи – реализация.

- Реализация – организация продажи товара.

6. Подсчет выручки и прибыли – основной цели предпринимателя.

- Выручка – сумма от продажи товара.
- Прибыль – разницы между выручкой и затратами на изготовление и реализацию товара. Стр. 59.

Как сравнить успешность предприятий?

Фирма «Звезда»

- Выручка – 1 000 000 р.
- Затраты – 900 000 р.
- Прибыль: 100 000 р.

Фирма «Луна»

- Выручка – 1000 р.
- Затраты – 800 р.
- Прибыль: 200 р.



Рентабельность

- Эффективность (успешность) работы предприятия определяется с помощью показателя **РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ**.
- **Рентабельность** = $\frac{\text{Прибыль}}{\text{Затраты}} \times 100\%$

«Звезда»

$$R = \frac{100\ 000}{900\ 000} \times 100\% = 11,1\%$$

«Луна»

$$R = \frac{200}{800} \times 100\% = 25\%$$



5. Конкуренция

- И так, наша продукция пользуется спросом у покупателей.
- Но кроме нас, её производит много других производителей.
- Борьба за рынок сбыта продукции называется **экономической конкуренцией.**



6. Виды конкуренции

- **Ценовая** – когда покупателя привлекают более низкой ценой, чем у конкурента за товар такого же качества.
- **Конкуренция качества** – предложение более качественного товара за ту же цену.
- **Конкуренция сервиса** – обеспечение лучшего обслуживания после продажи товара.
- Стр. 61.

Дешевле
не бывает!



Самое
Лучшее!

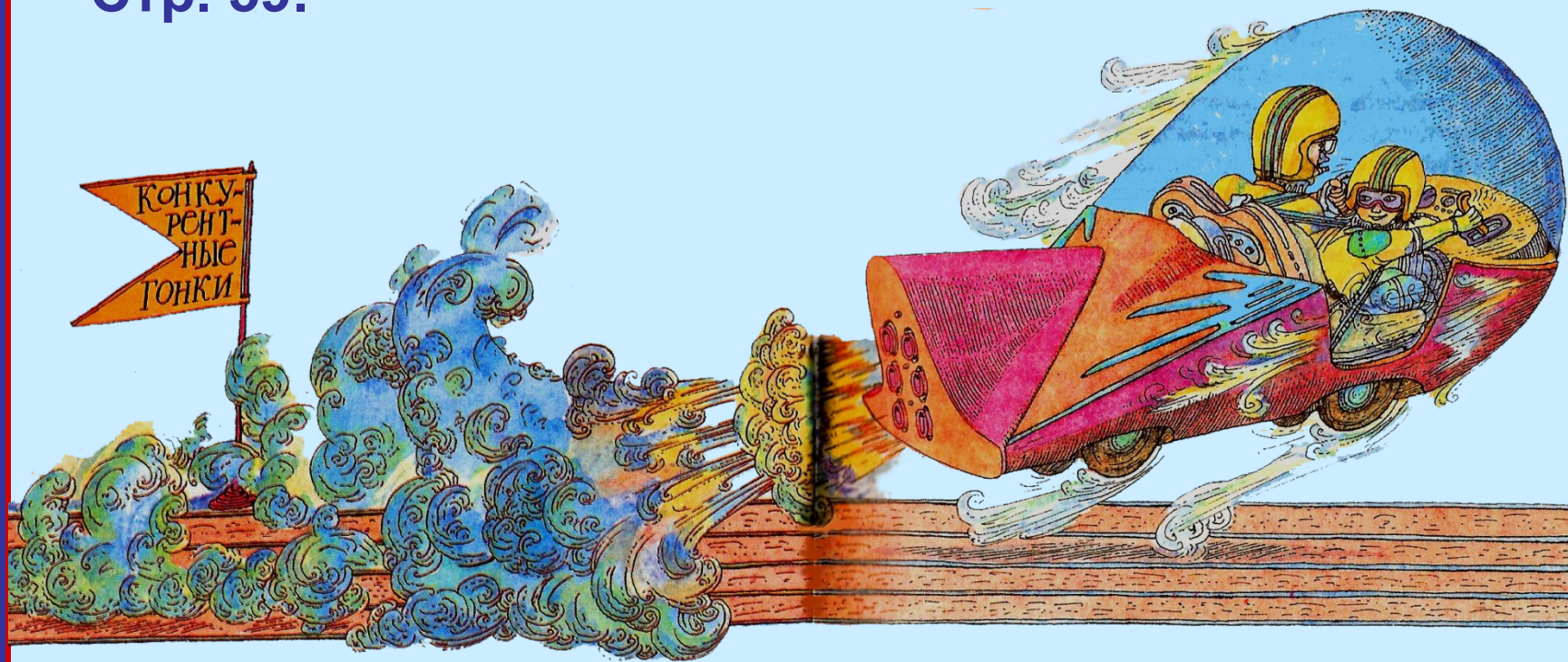


Мы всегда
вам рады!



7. Монополия

- **Монополия** (греч. моно – один, poleo - продаю) – ситуация на рынке, когда один производитель влияет на цену товара и конкуренция отсутствует.
- Стр. 59.



★ Выводы

- **Коммерческий риск** – возможность разорения изготовителя вследствие затруднений в реализации товара.
- Предприниматель отвечает перед обществом за эффективное использование ресурсов – они ограничены и должны расходоваться экономно и на всеобщее благо.
- **Основное правило маркетинга**: «производить то, что продается, а не продавать то, что производится».
- **Маркетинг** – способ организации производства и продажи товаров, основанный на изучении потребностей покупателей и производстве только тех товаров, которые покупатели хотят приобретать.
- В правила маркетинга входит изучение рынка – **маркетинговое исследование**, предпринимательская идея, подсчет **затрат**, производство, **реализация**, подсчет **выручки и прибыли**.
- Основная **цель предпринимателя - прибыль**.
- **Реализация** – организация продажи товара.
- **Затраты** – необходимые расходы для производства продукции (товара или услуги).
- Изучение рынка – **маркетинговое исследование**.
- **Выручка** – сумма от продажи товара.
- **Прибыль** – разницы между выручкой и затратами на изготовление и реализацию товара.
- **Рентабельность** – отношение прибыли к затратам в процентах.
- Борьба за рынок сбыта продукции называется экономической **конкуренцией**.
- **Виды конкуренции** – ценовая, качества, сервиса.
- **Монополия** (греч. моно – один, poleo - продаю) – ситуация на рынке, когда один производитель влияет на цену на товар и конкуренция отсутствует.



Домашнее задание



Тема 3. «Маркетинг»

- **Учебник:**
- глава 3, стр. 47-63.
- **Путеводитель:**
- 3.13-16.
- Кроссворд 3, тест 3.
- **Подготовка к контрольной работе**

