



Спрос и предложение



Абумова Н.М.

К уроку обществознания в 8 классе.

1.Спрос и предложение как факторы рыночной экономики

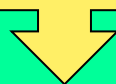


Основными параметрами, регулирующими поведение участников рынка, являются спрос, предложение и цена, между которыми существует взаимная связь

Спрос - готовность покупателя приобретать товары и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени



ГОТОВНОСТЬ



желание и
ВОЗМОЖНОСТЬ



1.Спрос и предложение как факторы рыночной экономики



Величина спроса отражает то количество товара, которое было бы куплено по некоторой цене за определенный период времени при данном характере спроса, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на спрос.

Цена - денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Существует
обратная взаимосвязь между ценой и величиной спроса. При неизменном доходе человек будет приобретать больше данного продукта по низкой цене, чем по высокой.



Цена товара
(услуги)



Закон спроса:

Повышение цены обычно ведет к уменьшению величины спроса, и, наоборот, снижение цены ведет к увеличению спроса.

Закон спроса гласит:

- Чем выше цена, тем ниже величина спроса.
- Чем ниже цена, тем выше величина спроса

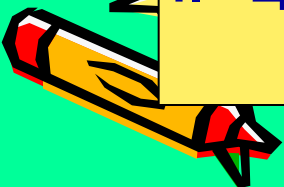


СПРОС зависит от:

1. Размера индивидуального дохода;
2. Потребности, необходимой сегодня;
3. Моды;
4. Цены на товары-заменители



photo from www.talks.su



Школьная столовая



Спрос на пирожки в школьной столовой



Цена за пирожок, руб. Величина спроса, шт.

3.00

190

3.50

?

4.00

?

4.50

?

5.00

?

5.50

?

6.00

?



Предложение



Предложение отражает **готовность** продавца продать товары или услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени.



Величина предложения отражает то **количество товара**, которое **может быть продано** по некоторой цене за определенный период времени при данном характере предложения, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на предложение.



Закон предложения
утверждает,
что существует **прямая**
взаимосвязь между ценой и
величиной предложения.

На предложение влияет:

1. цены на ресурсы;
2. налоги и дотации;
3. цены на другие товары;
4. технология производства;
5. число продавцов на рынке;
6. ожидания изменения цен.



Цена товара
(услуги)

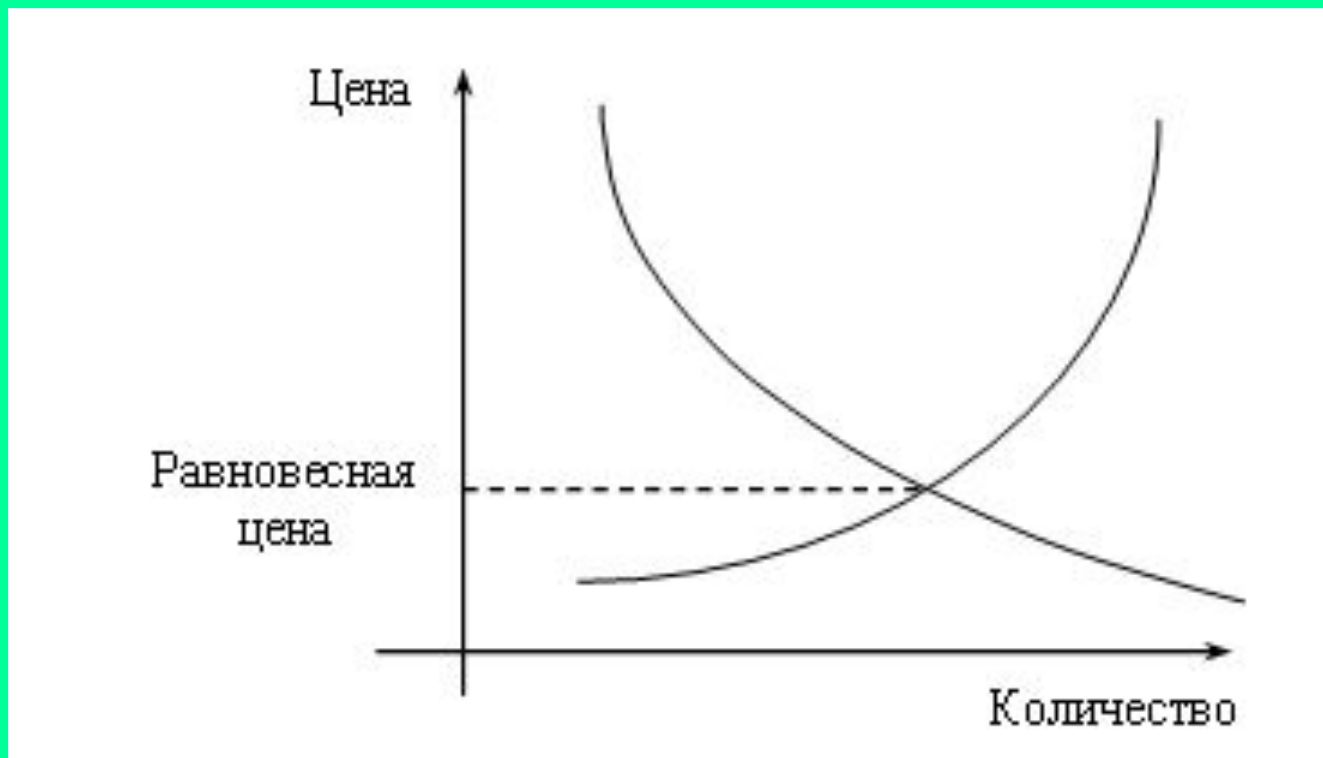
Кривая
предложения

Количество товаров (услуг)



**Закон предложения: повышение цены
товара (услуги) обычно ведет
к росту величины предложения, и, наоборот,
снижение цены ведет к уменьшению величины
предложения.**





- Пересечение кривых спроса и предложения дает значение равновесной цены.
- Равновесная цена – это цена, при которой весь поставляемый на рынок товар покупается.



2. Роль маркетинга в рыночной экономике.



Мáркéтинг (англ. *marketing* — продажа, торговля на рынке)
- управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации, как единым комплексным процессом.

Маркетинг – это способ вскрытия и использования потребностей людей в коммерческих интересах фирмы.



Сущность маркетинга:

1. Всестороннее изучение рынка, спроса, интереса покупателей.
2. Активное воздействие на существующий спрос и формирование новых потребностей покупателей.



Виды маркетинговой деятельности.

- Маркетинговые исследования
- Разработка товара
- Ценообразование
- Организация рекламы
- Организация распространения товаров и услуг



Домашнее задание

- Учебник: § 11, ответить на вопросы, выучить основные понятия урока. Выполнить в рабочей тетради задание 2.
- На выбор: устно задание 3 или 4 на стр. 78.
- По желанию:
- 1. Публичное выступление на тему «Спрос и предложение», приводя конкретные примеры.
- 2. Публичное выступление или презентацию на тему «Маркетинг» («Виды маркетинговой деятельности», «Роль рекламы в продвижении товара или услуги на рынок»)
- 3. Найти материал об английском ученом-экономисте Давиде Рикардо, чьи слова использованы в качестве эпиграфа к уроку, приготовить краткое сообщение о нем.

