

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ИВАНОВСКИЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

*МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА НА ТЕМУ ПРАКТИЧЕСКОГО
ЗАНЯТИЯ:*

СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

ДИСЦИПЛИНА: Основы экономики

Преподаватель Зверева Татьяна Викторовна

Данное занятие ставит своей целью изучение таких основополагающих экономических факторов как спрос и предложение. Второй – рассмотрению вопросов, связанных с возникновением равновесной цены, решению задач по данной теме.

На занятии используются элементы современных образовательных технологий: педагогики сотрудничества; здоровье сберегающих, соблюдение временного режима работы за персональным компьютером); игровых; групповой деятельности; развивающей деятельности; информационно-коммуникационной (использование мультимедийных средств обучения); критического мышления.

Мыслительная деятельность студентов стимулируется эвристической беседой, творческими заданиями группового характера, сопоставительным анализом экономических ситуаций, самостоятельными выводами в конце урока.

Поддержанию интереса студентов способствуют игровые моменты, творческие задания, соревновательных формы изучения нового материала.

На уроке использованы приёмы работы по формированию критического мышления (студенты интегрируют идеи, изложенные в тексте со своими собственными идеями, моделируют ситуации изменения спроса и предложения), по развитию политехнических умений (умений вносить коррективы в свою деятельность, регулировать свои действия по ходу выполнения задания).

Дисциплина: Основы экономики

Тема занятия: «Спрос, предложение и рыночное равновесие»

Цели:

Учебные:

- формирование представления студентов о спросе и предложении, знакомство с законами спроса и предложения, неценовыми факторами, влияющими на изменение спроса и предложения;
- совершенствование понятийного (экономического) аппарата: спрос, величина спроса, закон спроса, неценовые факторы спроса, товары-субституты, комплиментарные товары;
- закрепление умений и навыков применения полученных знаний в конкретных ситуациях (моделирование ситуаций изменения спроса);
- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;

Развивающие:

- развитие умения делать обобщающие выводы, устанавливать причины изменения спроса в зависимости от формирующих его факторов;
- урегулировать ход выполнения поставленных задач;
- развитие навыков исследовательской деятельности (постановка проблемы в виде предварительного задания, поиск информации, анализ и обобщение);
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- развитие творческого и критического мышления (видение проблемы в стандартной ситуации, комбинирование известных способов деятельности с новыми, критическое осмысление достоверности полученной информации).

Воспитательные:

- воспитание гуманного отношения к окружающим (умение слушать товарищей, быть дисциплинированным); нравственных качеств личности (быть ответственным при выполнении самостоятельной учебной работы, быть требовательным к себе), повышению своей квалификации

Задачи:

- расширить знания учащихся об экономических процессах в рыночной экономике;
- показать различия спроса и величины спроса, предложения и величины предложения;
- определить факторы, влияющие на спрос, предложение;
- изучить возможные реакции рынка на изменение спроса и предложения, научиться изображать эти изменения на графиках;
- развивать навыки поиска информации по заданной теме в источниках различного типа;

- развивать умения сравнивать, анализировать, делать выводы, решать экономические задачи.

Тип занятия – объяснение нового материала.

Форма занятия - исследование с применением групповой работы и ИКТ.

Оборудование к занятию:

- мультимедийный проектор;
- карточки для групповой работы;
- карточки для индивидуальной работы;
- Марцевич А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга, Москва, 2012

- «Спрос и предложение. Равновесная цена»;

- задания для домашней работы.

Оформление доски:

1. Эпиграф: «Экономика - это умение пользоваться жизнью наилучшим образом» Бернард Шоу;
2. Графики спроса и предложения;
3. Лексика урока: закон спроса, спрос, закон предложения, предложение, объем спроса, равновесная цена, товар, услуга, продавец, покупатель, товары субституты, комплиментарные товары;
4. Эмблемы команд «Потребители», «Производители»;
5. Домашнее задание.

План занятия

1. Организационный момент.
2. Актуализация ЗУН. Мотивация.
3. Объявление темы занятия. Постановка задач.
4. Объяснение нового материала.
 - 4.1. Спрос, величина спроса. Закон спроса (объяснение преподавателя).
 - 4.2. Построение кривых спроса и предложения.
 - 4.3. Факторы влияющие на величину спроса и предложения
5. Демонстрация слайдов
6. Поисковая работа по новой теме.
 - 6.1. Мобилизирующее слово преподавателя. Объяснение правил работы.
 - 6.2. Поисковая работа учащихся.
 - 6.3. Представление результатов деятельности команд.
7. Закрепление.
 - 7.1. Фронтальный опрос по изученному материалу.
 - 7.2. Выступление группы экспертов.
8. Подведение итогов первого занятия.
9. Выставление оценок.
10. Домашнее задание.

Материалы, использованные при подготовке к занятию

1. Маркевич А. Л. Основы экономики, менеджмента и маркетинга, Моркнига, Москва, 2012
2. Дробышева. Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент. Учебное пособие для студентов ВУЗов и техникумов. изд .Дашков и К ,2012
3. Методические материалы по экономическим дисциплинам для преподавателей средних школ и вузов: Программы, тесты, задачи, решения/Под. общ. ред. Л.С. Гребнева. – М.: ГУ-ВШЭ, 2008. – 376 с.
4. Никулина И.Н. Экономическая теория: Пособие для семинарских занятий. – В 2-х ч. Ч.1. Микроэкономика. – М.:ГУ-ВШЭ, 2008. – 95 с.
5. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. – 2-е изд., изм. – М.: НОРМА, 2002. – 572 с.
6. <http://infoteka.economicus.ru/>
7. <http://economix.milenkiy.ru/>

ХОД ЗАНЯТИЯ

1. *Организационный момент (проверка готовности учащихся к работе, приветствие).*
2. *Актуализация. Мотивация.*
Метод, используемый на данном этапе урока: эвристическая беседа.
3. *Объявление темы занятия. Постановка задач.*
4. *Объяснение нового материала.*
 - 4.1. *Спрос, величина спроса. Закон спроса (объяснение учителя).*
Метод, используемый на данном этапе урока: эвристическая беседа
 - 4.2. *Построение кривых спроса и предложения. Метод, используемый на данном этапе урока: эвристическая беседа.*
 - 4.3 *Факторы, влияющие на величину спроса и предложения*

5. Поисковая работа по новой теме.

Метод, используемый на данном этапе урока: самостоятельная работа учащихся в группах.

Задание для команды «Потребители»:

Жизнь налаживается

В данном тексте вы можете найти не менее 6 неценовых факторов, влияющих на изменение спроса.

1. Найдите неценовые факторы, влияющие на изменение спроса.

2. Ответьте на вопросы:

- Что происходит на рынке какао, шоколада, карамели и маринованных огурцов?
- Изменится ли спрос на говядину и свинину?
- Как изменится цена на автомобили, туристические путевки?
- Что происходит на рынке табачных изделий, жевательной резинки, пепельниц и зажигалок?
- Стоит ли расширять сеть небольших магазинчиков жене Иванова?
- Что посоветовал Иванов своему брату, собравшемуся на заработки в Москву?

Несмотря на воскресный вечер, уютную домашнюю обстановку, житель небольшого городка К. гражданин Иванов не мог полностью отвлечься от мыслей о работе. Для градообразующего предприятия, его завода, на котором он проработал большую часть жизни, настали не лучшие времена: уменьшилось число заказов на продукцию, зарплата рабочих последние полгода не только не увеличивалась, но даже стала несколько меньше, намечалось не очень значительное, но все-таки сокращение рабочих рук. «Нужно отвлечься...» - подумал он, протянув руку за газетой.

«Эпидемия болезни «черный стручок» поразила африканские плантации какао-бобов...», «начало будущего года ознаменуется новым повышением цен на мясные и молочные продукты...», «миллионы иностранцев мигрируют в Россию, увеличивая ее население...», «все больше россиян отдают предпочтение морепродуктам...», «бензин подорожает, причем не на 1-2%...», «в стране начата активная антитабачная кампания и многие люди решили бросить курить. В качестве средства, помогающего избавиться от вредной привычки, рекламируется новый сорт жевательной резинки».

Звонок телефона прервал чтение...

«Слушай, только что узнал из достоверных источников: завод получил большой государственный заказ на поставку нашей продукции как минимум на 5 лет. Во вторник приезжает комиссия для согласования проекта постройки нескольких новых цехов и складов. Вместо сокращения намечен прием рабочих не менее 1100 человек...» - веселый голос друга возвращал вкус к жизни.

«Жизнь налаживается!» - подумал Иванов.

Задание для команды «Производители»:

Вот оно – счастье!

В данном тексте вы можете найти не менее 6 неценовых факторов, влияющих на изменение предложения.

1. Найдите неценовые факторы, влияющие на изменение предложения.

2. Ответьте на вопросы:

- Что произойдет на рынке искусственных елок, живых елок, елочных игрушек, аэрозоля «Хвойный аромат»?

- Стоит ли расширять сеть небольших магазинчиков Михаилу?

- Сможет ли он купить к новому году шубу жене и ноутбук сыну?

«Вот оно – Счастье!» - думал мелкий предприниматель Михаил, вдавливая педаль газа и отмечая, что его новенькая «Шкода» легко набирает ускорение. Дома его с радостью ждали любимая жена и сын Сережка, который последнее время ,, радовал только хорошими оценками. «Да, это машинка совсем не то, что бывший «Москвич», которого даже под горку было трудно разогнать до 70 км., да и бензина она «есть меньше», а уж про поломки и говорить нечего...» - радовался Михаил. Теперь за день я смогу делать два рейса до самой дешевой оптовой базы в Оренбурге, да и тесть обещал отдать свой прицеп.

«Да что там оптовка, я теперь некоторые товары на фирмах-производителях закупать буду, там и выбор больше, да и качество лучше» - улыбался он.

«Президент обещал поддержку малому бизнесу, может проверок будет меньше, да и налоги, говорят, повышать не будут. Иванов решил свернуть свою сеть магазинчиков, перебирается в областной город.

А еще...приближается любимый праздник Новый год. По телевизору школьники гимназии выступили с призывом не покупать елочки, не губить природу, нарядить все ели которые есть в городе, а дома ставить искусственные вместо живых деревьев. Удивительно, но многие прислушались. Михаил отогнал мысли о работе. За поворотом показалась первая улица любимого городка.

«Вот оно – Счастье!» - еще раз подумал Михаил.

Представление результатов деятельности команд.

6. Закрепление.

Метод, используемый на данном этапе урока: фронтальный опрос.

7.1. Фронтальный опрос по изученному материалу.

- В чем различие понятий спрос и величина спроса?
 - В чем разница понятий предложение и величина предложения?
 - С чьей позиции: производителя или потребителя сформулирован закон спроса?
 - С чьей позиции: производителя или потребителя сформулирован закон предложения?
 - Какие товары мы называем товарами-субститутами, комплиментарными товарами?
 - Как изменится положение кривой спроса на береты, если модными в этом сезоне будут бейсболки?
 - Как изменится предложение булочек с изюмом, если затраты на их производство изменятся? Что может повлиять на уменьшение затрат?
- Выступление группы экспертов.

7. Подведение итогов первого занятия.

8. Выставление оценок.

9. Домашнее задание.

- Марцевич А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. МОРКНИГА, Москва, 2012
- На сайте www.grandars.ru разделе «Экономическая теория» вы найдете материалы по теме «Спрос и предложение». Можете их использовать при подготовке домашнего задания.
- Выполните задания к теме «Спрос и предложение»

Задание 1.

1. Построить график спроса на основании данных:

Цена за 1 розу	Количество роз, купленных 31 декабря	Количество роз, купленных 8 марта	Количество роз, купленных 10 марта
10	50	100	25
15	42	90	20
20	32	80	18
25	25	65	12
30	20	50	10
35	15	45	5
40	10	30	3

2. Ответьте на вопросы:

- Как изменилось количество роз, купленных 8 марта, 10 марта?
- Что произошло с кривой спроса на розы 8 марта, 10 марта (по отношению к кривой спроса 31 декабря)?
- Что повлияло на смещение кривой спроса?

Примечание: график спроса на розы (31 декабря) приготовлен на доске заранее.



Задание 2.

1. Построить график спроса на основании данных:

Цена за 1 кг.	Количество мандаринов (кг.), купленных 10 декабря	Количество мандаринов (кг.), купленных 28 декабря
10	50	150
15	42	100
20	32	80
25	25	75
30	20	70
35	15	55
40	10	45

2. Ответьте на вопросы:

- Как изменилось количество мандаринов, купленных 28 декабря в отличие от количества мандаринов купленных 10 декабря?
- Что произошло с кривой спроса на мандарины 28 декабря по отношению к кривой спроса 31 декабря?
- Что повлияло на смещение кривой спроса?

Примечание: график спроса на мандарины (10 декабря) приготовлен на доске заранее.



Задание 3

1. Постройте на графике кривую спроса по следующим данным:

P	Q
100	40
200	35
300	25
400	15
550	10
700	5

2. Постройте на графике кривую предложения по следующим данным:

P	Q
100	5
200	15
300	25
400	35
500	40
650	50

Материал в помощь преподавателю и студентам в освоении материала

Факторы (неценовые) влияющие на величину спроса

1 - цены на товары-заменители.

Субституты (от лат. substitutio — замена) — взаимозаменяемые товары. Характеризуются тем, что рост цены на один товар вызывает увеличение потребления другого.

Пары товаров и услуг, которые удовлетворяют одну и ту же потребность.

Например: яблоки-груши, отдых на курортах Турции и отдых на Балтийском побережье и т.д.

P_z -цена на товар заменитель.

Если $P_z \uparrow$ (повышается), то спрос на данный товар растёт, т.е. $D \uparrow$.

Например, если яблоки подорожают, то их будут покупать в меньшем количестве и это приведёт к повышению спроса на груши, т.е. на товар-заменитель, и наоборот, если цена на товар-заменитель понижается, то спрос на данный товар падает.

2 - цены на дополняющие товары.

Товары и услуги, которые потребляются совместно.

Например: краска и кисти, автомобиль и бензин, купальные аксессуары и отдых на море и т.д.

Предположим, что стоимость на автомобилях повысится ($P_b \uparrow$ значит, их будут приобретать в меньшем количестве, а следовательно и снизится спрос на дополняющий товар-бензин,

т.е. $D \downarrow$, и наоборот: $P_b \downarrow$ следовательно $D \uparrow$

3 - доходы покупателей.

Для большинства товаров и услуг увеличение денежного дохода граждан приведёт к повышению спроса на эти товары и услуги, а снижение дохода приведёт к понижению спроса на них – такие товары и услуги называют нормальными - это мясные и молочные изделия, бытовая техника, мебель и многое другое.

Но бывают исключения, когда потребители по мере роста своего дохода покупают например меньше картофеля, перловой крупы, маргарина и т.д, предпочитая им взамен более качественные продукты.

Товары, спрос на которые снижается в результате роста доходов потребителей, называют неполноценными.

$I \uparrow - D \uparrow$; $I \downarrow - D \downarrow$.

4 - число покупателей на рынке.

Увеличение на рынке числа покупателей увеличит спрос на товары и услуги, а уменьшение – снизит спрос на товары и услуги. $K\uparrow - D\uparrow$; $K\downarrow - D\downarrow$;

Например, тенденция роста рождаемости в Калининградской области приведёт к увеличению спроса на детские вещи и игрушки, к росту услуг дошкольных детских учреждений и т.д.

5 - Ожидание изменения цен

Если потребители будут ожидать, что через неделю цены на какой-либо товар повысятся, то они уже сейчас купят его в большем количестве, чем обычно, увеличивая тем самым спрос. Если потребители будут ожидать снижение цены на какой-либо товар или услугу, то сейчас они купят его меньше, чем обычно, уменьшая тем самым спрос.

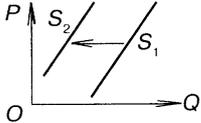
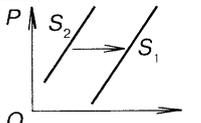
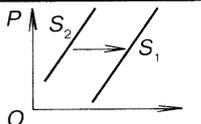
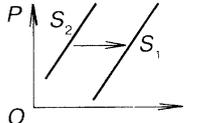
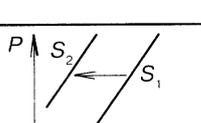
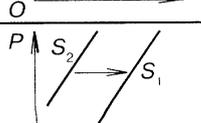
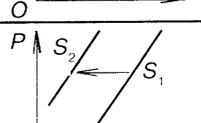
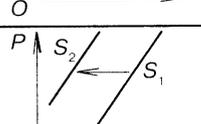
6 - Вкусы и предпочтения покупателей (обычаи, мода, реклама).

Положительные изменения во вкусах и предпочтениях приведут к увеличению спроса, а негативные изменения – к снижению спроса (например, информация в прессе о птичьем гриппе снизит спрос на мясо птицы и т.д.)

Факторы, оказывающие влияние на предложения:

- цены на ресурсы (при увеличении цен на ресурсы предложение снижается, т.к. прибыль ниже, и тем меньше желание предпринимателя предлагать на рынок товар, т.е. происходит сдвиг кривой предложения влево);
- издержки производства товара
- изменение технологии производства
- организационная эффективность
- налоги и субсидии
- доход от предложения товаров-субститутов
- доход от предложения дополняющих товаров
- внешние шоки
- погодные условия
- военные действия
- промышленные конфликты

СДВИГ ЛИНИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Факторы	Изменение предложения	Сдвиг линии предложения
Изменение цен на факторы производства	Рост цен на факторы производства	 <p>Сдвиг линии предложения влево</p>
	Снижение цен на факторы производства	 <p>Сдвиг линии предложения вправо</p>
Технический прогресс	Внедрение новых технологий, оборудования	 <p>Сдвиг линии предложения вправо</p>
Сезонные изменения	Благоприятные погодные условия приведут к увеличению предложения продукции в сельском хозяйстве	 <p>Сдвиг линии предложения вправо</p>
Налоги	Введение налога на товар	 <p>Сдвиг линии предложения влево</p>
Дотации (субсидии)	Установление дотации на производство товара	 <p>Сдвиг линии предложения вправо</p>
Увеличение спроса на другие товары	Рост спроса на другие товары	 <p>Сдвиг линии предложения влево</p>
Ожидания производителей	Производители думают, что спрос на их товар сократится	 <p>Сдвиг линии предложения влево</p>