**Тема урока: Обмен, торговля, реклама**

**Цель урока:** знакомство учащихся с экономическим содержанием понятий обмен, торговля, реклама, опираясь на их жизненный опыт.

**Задачи урока:**

* сформировать представление об обмене как о важной сфере экономической жизни общества;
* познакомить с формами торговли;
* охарактеризовать влияние рекламы на эффективность торговли.

**Основные понятия:** обмен, торговля, реклама.

Оборудование: карточки с названиями предметов, вещей, товаров

**Примерный план изучения материала.**

1. Зачем люди обмениваются.

2. Торговля и её формы.

3. Реклама.

**Ход урока**

1. **Орг. момент**
2. **Изучение нового материала**

Учитель: Склонность к обмену - одна из черт человеческой природы, отличающая человека от других живых существ земли. Она играет огромную роль в экономическом механизме. Обмен создаёт богатство в каждой из торговых сделок. Именно это свойство экономической жизни людей имел в виду английский учёный Ричард Уайтли (1787–1863), когда полушутя - полусердито охарактеризовал человека как, **“животное, которое занимается обменом”.**

**Работа с текстом учебника.**

**Задание: прочитать с. 170**

**Беседа по вопросам:**

**-** В чем преимущества обмена? *(При обмене не нужно все необходимое добывать или делать самому; можно полу­чить в свое пользование больший объем разнообразных благ.)*

- При каких условиях возникает обмен? *(Причины возникно­вения обмена: 1) производство экономического продукта; 2) доставка экономического продукта на рынок, продукт становится товаром; 3) полезность произведенного эко­номического продукта для людей; 4) способность обмени­ваться на другие товары.)*

- Почему у двух видов товара может быть одинаковая потре­бительная стоимость и разная меновая? (У *товаров, оди­наковых по целям назначения, одинаковая потребительная стоимость, но разница в качестве, в материалах, из ко­торых изготовлен товар, разница в затраченных ресурсах приводят к разной меновой стоимости.)*

- Почему разная потребительная стоимость и одинаковая ме­новая? (*Стоимость затрат на разные виды товаров мо­жет оказаться одинаковой, что может привести к одина­ковой меновой стоимости, но потребность в этих товарах может оказаться совершенно разной.)*

**- А что такое стоимость? Ответ прочтите на с. 170**

Ещё в Древней Руси существовали рынки, основанные на **бартере**, т.е. на натуральном обмене одной вещи на другую без денег.

**Вопрос:** А вам приходилось меняться?

Давайте поиграем в игру *“Обмен”.* Ребята меняются карточками, на которых написаны названия предметов. Затем пробуем осуществить двойной и тройной обмен и так далее, пока не выменяют нужную вещь. Ребята встречаются с трудностями обмена.

Ситуация обсуждается.

- Легко ли меняться вещами? (нет, разная цена предметов)

- Что такое цена. Работа с понятием на с. 172

**Обмен -** в экономике фаза, связывающая производство с распределением и потреблением.

Регулярный обмен товарами и услугами стал основой для торговли.

- Давайте попробуем для начала выяснить, что такое товар, торговля, услуги?

- Приведите примеры. Делаем записи в тетради.

- Что такое торговля. Прочитайте определение.

- А какая бывает торговля?

Организуем работу со схемой и учебником стр. 173.



**Задание классу:** работая с текстом учебника с. 173-174 охарактеризуйте формы торговли, закончите схему. Приведите примеры.

**Вывод:** Торговля играет огромную роль в жизни общества.

**Учитель**: Всем известно выражение: «Реклама- двигатель торговли». Сегодня мы с вами попытаемся подтвердить это выражение или опровергнуть. Но прежде чем мы начнем разговор, мне хотелось бы узнать ваше мнение о том, какое место в жизни современного общества занимает реклама и помогает ли она в развитии торговли?

Ответы детей.

**Учитель**: Давайте обобщим ваши ответы и попытаемся дать определение термину «реклама».

***Реклама- информация о потребительских свойствах товара или услуги с целью продажи.***

Первая реклама появилась в Древней Греции и Древнем Риме. Торговцы размещали свои объявления о продаваемом товаре на стенах и громко зазывали покупателей на рынке. Родина современной рекламы – США.

В нашей стране реклама еще очень молода. Реклама использует различные способы и средства обращения производителя к потребителям и преследует одновременно несколько целей:

-  **Информация** (рассказ о новом товаре с описанием выгод от его потребления, создание образа фирмы).

- **Формирование предпочтения** (убеждение в преимуществах уже известного потребителям товара, аргументация в его пользу).

- **Напоминание** (поддержка на высоком уровне осведомленности об известном товаре).

- А где, как вы думаете, нужно размещать рекламную информацию, чтобы ее увидело как можно больше потенциальных покупателей?

( Ответы детей).

**Учитель**: Одним из таких средств массовой информации является пресса, телевидение

**Задание:** представьте рекламу товара и услуги (работа в парах).

1 вариант: ручка шариковая;

2 вар. – карандаш;

3 вар.- ластик;

4 вар.- учебник;

5 вар.- стакан молока

6 вар.- туалетное мыло и т.д.

Выступление учащихся

**III. Закрепление изученного на уроке**

* Что такое обмен?
* Почему существует неравноценный обмен?
* Что необходимо, чтобы обмен состоялся?
* Каковы преимущества обмена?
* - Что в большей степени отражает цена товара? (потребительную стоимость, меновую стоимость, затраты производства, доход фирмы)

IV. Итоги урока.

**V.Домашнее задание:** параграф 16, задания на с. 178 № 5,6