Державний навчальний заклад
«Центр професійно- технічної освіти №1 м.Вінниці»

Методична розробка відкритого уроку на тему:

«Попит, пропозиція, ринкова ціна»

Підготувала
викладач економіки
Юлія ГОЛІНЕЙ
Розглянуто на засіданні методичної
комісії природничо-математичної підготовки
Протокол №____від_____
Голова МК_____Валентина МАЛІВАНЧУК

м. Вінниця – 2023 р.

Тема: ***Попит, пропозиція, ринкова ціна.***
Мета уроку:
-сформувати поняття про ринковий попит і пропозицію, розглянути криві індивідуального попиту і пропозиції; показати вплив різних чинників на величину попиту і пропозиції;
показати як і для чого використовують показник еластичності попиту;
-розвивати логічне мислення, вміння аналізувати факти і показники, робити економічні висновки;
-формувати навички графічного аналізу величини попиту і пропозиції, розв язувати задачі та аналізувати події, що відбуваються на ринку;
-спонукати до формування економічних компетенцій, виховувати творчу ініціативу.
Обладнання: дошка, таблиці,робочі листи товари(яблука,апельсини, горіхи..)
Тип уроку: засвоєння нових знань.
Основні поняття та терміни: попит, обсяг попиту, закон попиту, функція попиту; пропозиція, обсяг пропозиції, закон пропозиції, функція пропозиції, криві індивідуального попиту і пропозиції, еластичність за ціною, нецінові чинники, Ефект заміщення, ефект доходу, ефект перерозподілу ресурсів, «товари Гіффена», «ефект Веблена», ажіотажний попит.

Хід уроку:
І Організаційний етап.
Повідомлення вчителем теми і мети уроку.
ІІ Мотивація навчальної діяльності.
Шановні учні, кожен з вас щодня стає суб єктом економічних відносин, поведінку споживача ми з вами розглянули на попередні заняттях. Тому ви вже можете уявити собі і подумати над питанням, яким чином взаємодіють на ринку продавець і покупець(учні висловлюють свої думки).
Проблемне питання .
Як здійснюється угода покупця з продавцем на ринку?Що впливає на їх рішення?
Над ним ми працюватимемо на протязі уроку і повернемося після вивчення теми.
ІІІ Вивчення нового матеріалу
Отже, ринкова угода, що передбачає домовленість про ціну, відбувається за умови, коли бажання покупців придбати товар збіглося з бажанням продавців його продати.
- Рішення покупців придбати товар і є попитом.
- Рішення продавців продати товар називається пропозицією.

Робота на робочих листах (учні складають опорний конспект-схему)

Попит (англ.–demand)- кількість товару і послуг, яку споживачі бажають і можуть придбати за певну ціну у певний період часу в конкретному місці. Величина попиту(Q D) – кількість товару, яку бажають і можуть придбати покупці у певний час за певною ціною.
- Від чого залежить бажання придбати товар?(учні дають довільні відповіді).
Спираючись на власний досвід, кожен із нас може засвідчити:

чим вища ціна на товар, тим менше його купують і навпаки. Цю залежність називають законом попиту

Запис на листах.

Закон попиту: чим вищою є ціна на товар за незмінних інших чинників,тим менше є попит на нього.

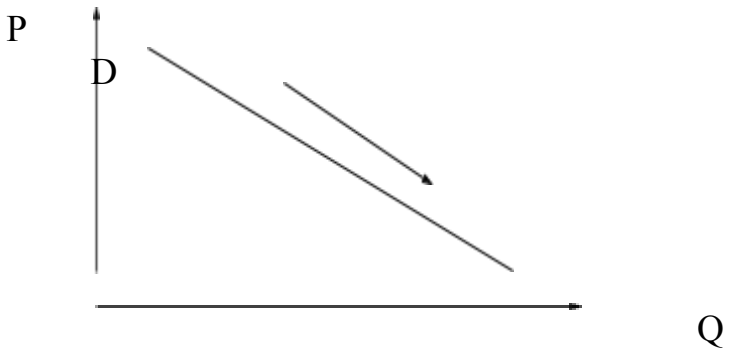
У теорії обернену залежність між ціною та попитом пояснюють : ефектом доходу (нижча ціна на певний товар дозволяє людині придбати його у більшій кількості) ;ефектом заміщення (заміна відносно дорожчих товарів на ті, ціни яких знижуються або залишаються незмінними).

Навести приклади до кожного з випадків.

Розглянемо криву попиту на слайді і на плакаті

Функція попиту показує залежність величини попиту від ціни.

Q D = f (P) – функція попиту.



На графіку показники ринкової ціни зображені на вертикальній осі, а величина попиту(бажання придбати товар) на горизонтальній осі.

D – це крива індивідуального попиту.

Вона спускається вниз і вправо у зв’язку з тим, що виявляє обернену залежність між величиною попиту та ціною.

Прямуючи кривою вниз чи вгору ми отримуємо різні варіанти зміни величини попиту залежно від ціни.

Учні роблять запис.

Пропозиція (англ. – supply) – бажання продавця продати певну кількість товару за певний період за певною ціною.Величина пропозиції (Q s) – конкретна кількість товару, що запропонований на ринку за певною ціною.

Досвід господарювання засвідчує, якщо ціна буде вищою, то виробник готовий запропонувати більшу кількість товару. Цю залежність називають законом пропозиції .

Запис в листах.

Закон пропозиції: із підвищенням ціни величина пропозиції зростає і навпаки.

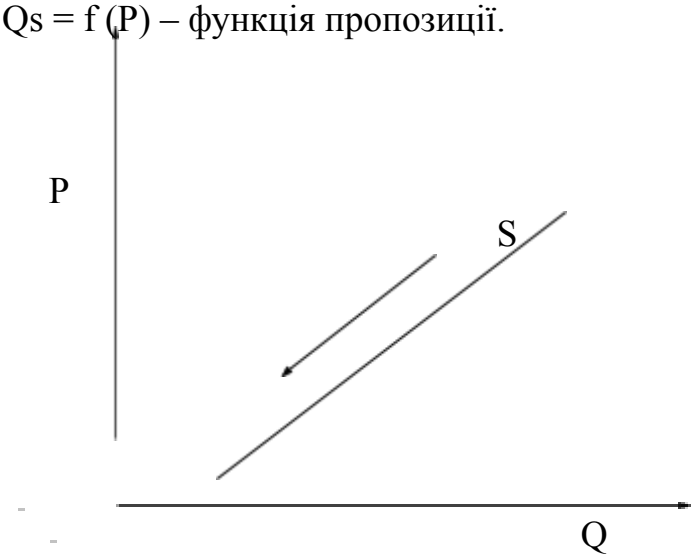
Пряму залежність між ціною та величиною пропозиції теоретично можна пояснити двома ефектами:

-ефект перерозподілу ресурсів на користь виробництва товару з вищою ціною (вища ціна – це більша виручка і більший прибуток);

- ефект залучення до використання гірших ресурсів (зростання кількості ресурсів зумовлює збільшення обсягів виробництва).

Розглянемо криву індивідуальної пропозиції .
Якщо зафіксувати на незмінному рівні всі чинники, крім ціни, то матимемо функцію пропозиції від ціни.

Qs = f (P) – функція пропозиції.



На графіку рівень ринкової ціни зображений на вертикальній осі, а величина пропозиції – на горизонтальній.
Крива S –крива індивідуальної пропозиції. Вона піднімається вгору і праворуч, що означає пряму залежність між обсягом пропозиції та рівнем цін.
Прямуючи кривою ми отримуємо різні варіанти зміни величини пропозиції від зміни ціни.
Учні роблять записи.
Звернемося тепер до інших чинників попиту та пропозиції. Уже зазначалося, що попит, крім ціни певного товару, визначається цінами інших товарів, доходами покупців, їхніми смаками та уподобаннями, очікуваннями покупців тощо. Все це розглядається за умови незмінного рівня цін нашого товару.
Нецінові чинники попиту:

- Зміна грошових доходів
- Зміна споживацьких смаків
- Кількість споживачів
- Очікування споживачів
- Зміна цін на взаємопов`язані товари.

Нецінові чинники пропозиції:

- Зміна цін на виробничі ресурси
- Рівень технологій у виробництві
- Ставки податків і розміри дотацій
- Ступінь конкуренції на ринку
- Зміна цін на інші товари і послуги
- Природні, техногенні катастрофи, війни.

Робота в парах (групах).
Проаналізуйте слідуючі події на ринку і їх вплив на зміни попиту і пропозиції.

- 1.Впровадження нових технологій виробництва кондиціонерів (ринок кондиціонерів).
- 2. Мода на бейсболки поступово відходить (ринок бейсболок).
- 3. Уряд субсидує продукти дитячого харчування.

- 4. Відбулась успішна компанія рекламування зубної пасти “ Жемчуг”.
- 5.Знизились ціни на ноутбуки(ринок комп`ютерів).
- 6. Внаслідок посухи зібрано низький урожай кукурудзи (ринок кукурудзяного борошна).

Проміжні висновки:

1.Споживач і виробник з`являються на ринку із власним уявленням про ціну і кількість товару,що його один має продати, а інший – купити.

2.Обсяг попиту і пропозиції певним чином залежить від ціни даного товару.

3.Є ряд чинників, крім ціни, шо формують уявлення і поведінку на ринку покупця і продавця.

III Узагальнення та систематизація знань.

Задача.

1. *Рефлексія. Обговорення проблемного питання*
   Що новогоі цікавого для себе ви дізналися на уроці?

   Учитель: Дякую всім за співпрацю! Висовки. Виставлення оцінок.

   IV Домашнє завдання.
   Вивчити нові поняття(за зошитом .).
   Придумати тести до завдання з вивченої теми, подібні застосованим на уроці. Розв’язати завдання 3 до задачі.