УРОК ПО ОБЩЕСТВОЗНАНИЮ В 8 КЛАССЕ.

Бортникова Татьяна Семеновна, учитель истории и обществознания высшей квалификационной категории МКОУ СОШ №1 города – курорта Кисловодска Ставропольского края

**Тема** «Рынок, цена, конкуренция»
**Тип урока**: Комбинированный.
**Цель урока:** 1. Сформировать представления учащихся о понятиях: «рынок», «обмен», «цена», «монополия», «олигополия», «дефицит», «конкурентоспособность».
2. Дать представления о разновидности рынков, какие условия необходимы для существования рынка.
3. Дать представления о конкуренции и ее роли в современной экономике.
4. Развивать у учащихся стремление использовать эти знания на практике.
**Планируемые результаты изучения материала:**

1. узнают об основных отличиях экономического и неэкономического типов обмена, типах рынков;
2. выявляют, что предметом спора между продавцами и покупателями на рынке выступает цена;
3. выясняют функции цены на рынке;
4. понимают, как происходит выравнивание цен; как и почему возникает дефицит товаров;
5. понимают, какую роль играет конкуренция в установлении рыночной цены;
6. знакомятся с основными типами рынков;

учатся использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни (публичное выступление, умение работать в группе, быть конкурентоспособным).

**Методы обучения и формы организации учебной деятельности:**

**Частично-поисковый метод, метод проектов**. Варианты познавательных и проблемных заданий.

1. Вам приходилось бывать на базаре или оптовом рынке. Вспомните, торговались ли вы по поводу цены. Если да, то каков итог и как это происходило? Если нет, то почему? О каких экономических законах развития рынка свидетельствует сама возможность торга?

2.Найдите и сформулируйте условия для существования рынка?

3. Почему рынки и ярмарки пользуются большой популярностью в современной России?

4.Как оценить конкуренцию – это хорошее или плохое явление рынка?

**Развитие умений учащихся**

1. Учатся выделять главное;
2. устанавливать причинно-следственные связи;
3. при получении новых знаний использовать ранее приобретенные знания (товар, деньги, спрос, предложение);
4. определять круг необходимых знаний для решения проблемы;
5. самостоятельно работать с учебником (понятийный аппарат);

 6. предъявлять результаты учебной деятельности.

**Основные понятия и термины**

Обмен, рынок, цена, выравнивание цен, монополия, олигополия, монопсония, дефицит, конкуренция, реклама.

**Внутрипредметные связи**

Спрос, предложение, товар, деньги, предпринимательство.

**Межпредметные связи**

Литература, история.

**Оборудование урока**

Карточки с тестами, компьютер, интерактивная доска, листы ватмана для команд, фломастеры

Источники информации: школьные и внешкольные

**Учебная литература:** А.И.Кравченко, Обществознание, 8 класс, «Русское слово», Москва,2008.

**Дополнительная литература:**

В.С.Автономов, Введение в экономику, ВИТА-пресс, Москва, 2006.

С.В.Михалков. "Детям: Стихи, сказки, рассказы, басни, пьесы"(Б-ка мировой лит-ры для детей, т. 22, кн. 3), "Детская литература", Москва, 1981

А.В.Махоткин, Н.В.Махоткина, Обществознание в схемах и таблицах, Эксмо, Москва, 2010.

**План урока:**

1. Обмен.
2. Рынок.
3. Цена и её функции.
4. Конкуренция, основные типы рынков.
5. Реклама как средство продвижения товара

**Возможная личностно значимая проблема**: содержание урока позволяет понять некоторые проблемы в развитии современного общества: роль свободного рынка и конкуренции (как вести себя на рынке, в магазине, уметь быть конкурентоспособным).

Ход урока:
1. Организационный момент.
2.Проверка домашнего задания.

Урок начинается с проверки домашнего задания по тестам. [(Приложение 1).](%D0%B7%D0%B0%D1%8F%D0%B2%D0%BA%D0%B0.docx) Затем проводится работа над ошибками в форме самопроверки или взаимопроверки. Работа над ошибками позволяет отслеживать процесс усвоения учащимися основных знаний, умений и навыков, корректировать процесс обучения, обеспечивает оценочную деятельность.

 Учитель знакомит учащихся с темой и планом урока. Объяснение нового материала строится по плану урока.

План изучения нового материала.

1. Обмен.
2. Рынок.
3. Цена и её функции.
4. Конкуренция, основные типы рынков.
5. Реклама как средство продвижения товара

Проговариваются проблемные задания. Они в течение урока находятся на доске (прописываются заранее учителем на доске). Беседа с учащимися имеет своей целью выявить уже имеющиеся знания учащихся по теме и прирастить новые. Что такое рынок? Как вы думаете, что нужно для обмена? Чем отличается обмен от рынка? Приведите примеры экономического и неэкономического обмена.

Затем вместе с учащимися выясняем признаки и условия рынка.

 Беседа:
Ученики вспоминают в ходе беседы известный из курса истории материал о зарождении разделения труда и обмена между земледельцами, скотоводами и ремесленниками. Вспомнили, как осуществлялся обмен в первобытные времена; как зародилась торговля и что служило эквивалентом денег. Отметили, как зарождался и развивался мировой рынок (мировая торговля).
В ходе беседы восстановили известную из курса истории логическую цепочку:
Разделение труда
Обмен
Торговля
Деньги
Рынок
Обобщение учителя:
Таким образом, рынок – это одно из важнейших достижений цивилизации. Он складывался в результате длительного процесса. Рынок как объективное экономическое явление, как продукт исторического развития общества, возник в процессе обмена продуктами труда людей на взаимовыгодных началах.
Ученики делают записывают в тетрадях определения экономических понятий по ходу урока:
Беседа:
Что такое рынок?
- Определенное место, где продают и покупают.
*Найдите и сформулируйте условия для существования рынка?* Предполагаемые ответы: рынок предполагает свободный доступ на него и свободный выход из него; цены образует конкуренция; право каждого участника рынка на полную информацию о спросе и предложении товаров; всем равные возможности. Приводим примеры видов рынков: рынок потребительских товаров и услуг, рынок средств производства, рынок инвестиций, рынок ценных бумаг, рынок труда и т.д. Затем отвечаем на проблемное задание

- *Почему рынки и ярмарки пользовались и пользуются большой популярностью в современной России?*

Далее выясняем, что предметом спора между продавцами и покупателями на рынке является цена. Здесь можно поработать с текстом. Найти в учебнике ответы на вопросы: Что такое цена? Зачем нужна цена? Варианты ответов: влияют на поведение производителей, ориентируют покупателей на совершение покупок, ограничивают потребление ресурсов. Также по учебнику находим ответ на вопрос, как происходит выравнивание цен.

 *Вам приходилось бывать на базаре или оптовом рынке. Вспомните, торговались ли вы по поводу цены. Если да, то каков итог и как это происходило? Если нет, то почему? О каких экономических законах развития рынка свидетельствует сама возможность торга?* Выясняем в ходе беседы, что равновесные цены устанавливаются в результате конкуренции.

Переходим к следующему термину. Что такое конкуренция? Как оценить конкуренцию – это хорошее или плохое явление рынка? Зачем она нужна? Выясняем, что конкуренция способствует: повышению эффективности производства, улучшению качества товаров, увеличения разнообразия предлагаемых товаров, снижению цен. Также называем и характеризуем основные типы конкуренции. Из учебника зачитываем определения и заполняем таблицу (Приложение 2). Сделать это можно следующими способами: раздать карточки с незаполненными графами, можно воспользоваться интерактивной доской. Затем учащиеся приводят свои примеры.

К неценовым факторам конкуренции мы отнесли и рекламу в том числе. Одним из опережающих заданий на данную часть урока может быть выступление ученика с презентацией по теме «Реклама». (Просмотр мультфильма *Как старик корову продавал (русская сказка)* позволяет окунуться в мир русской ярмарки!). Придаёт особый колорит уроку. После этого ученики отвечают на проблемное задание:

 *Как оценить конкуренцию – это хорошее или плохое явление рынка?*

Используя знания, полученные на уроке самим сделать рекламу. Тем более, что в качестве опережающего было задание – объединиться в группы и представить свой проект рекламы.. На уроке результаты проектной деятельности оформляются и защищаются.

Затем проводится жеребьевка. Работа в группах*.* Защита проектов. Подведение итогов. Оценивание проводят руководители проектных групп по доле участия в работе.

4.Рефлексия.
Детям предлагается ответить на вопрос: какие знания, полученные на уроке мне пригодятся в жизни?
5. Подведение итогов.
Учитель выставляет оценки за работу на уроке, комментируя их.
6. Домашнее задание.
1. Параграф 12, ответить на вопросы, выполнить задания и практикум.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Тест по теме : «Спрос и предложение**»**

1.На рост предложения влияет:

1. Недостаток сырья.
2. Высокая производительность.
3. Большие затраты на производительность.
4. Все вышеперечисленное.

2.Верны ли следующие суждения о цене?

А. Цена зависит от спроса, но не зависит от предложения.

Б. На более редкие товары устанавливаются более высокие цены.

1. Верно только А.
2. Верно только Б.
3. Верны оба суждения.
4. Оба суждения неверны.

3.Маркетинг не занимается изучением:

1. Объема спроса и предложения.
2. Насыщенностью рынка тем или иным товаром.
3. Возможностей населения по приобретению товаров.
4. Организации технического процесса производства.

4.В небольшом городе М. частные предприниматели построили несколько обувных фабрик. Продукция фабрик стала поступать на прилавки магазинов города. В результате в городе М.:

1. Резко выросли цены на обувь.
2. Произошло насыщение рынка обувной продукцией.
3. Увеличился спрос на обувь.
4. Все магазины обуви закрылись.

5.Найдите черты сходства и различия между понятиями «спрос» и «предложение».

1. Является категорией рыночной экономики.
2. Влияет на повышение или понижение цен.
3. Растет при увеличении цен при прочих равных условиях.
4. Падает при увеличении цен при прочих равных условиях.
5. Определяется потребителями.

6.Найдите в предложенном списке факторы, влияющие на повышение спроса на рынке.

1. Снижение покупательной способности.
2. Увеличение цен на товары-заменители.
3. Повышение доходов покупателей.
4. Понижение цены на товар.
5. Возникновение моды на данный товар.

7.Установите соответствие между ситуацией на рынке и последствиями

СИТУАЦИЯ

А) Спрос растет, а предложение падает.

Б) Спрос падает, а предложение растет.

В) Спрос и предложение остаются неизменными.

ПОСЛЕДСТВИЯ

1.Цены остаются неизменными.

2.Цены падают.

3.Цены возрастают.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тип рынка** | **Количество продавцов** | **Возможность проникновения на рынок** | **Однородность товара** | **Пример рынков** |
| **Совершенная конкуренция** | *Много* | *Неограниченная* | *Однородный* | *Рынок зерна* |
| **Монополия** | *Один* | *Отсутствует* | *Однородный* | *Рынок алмазов* |
| **Олигополия** | *Мало* | *Ограниченная* | *Неоднородный* | *Рынок автомобилей* |
| **Монополисти****ческая конкуренция** | *Много* | *Ограниченная* | *Неоднородный* | *Рынок косметики* |

 Примечание - выделенное жирным шрифтом – основа таблицы: выделенное курсивом заполняется в ходе беседы)