

Завальная Евгения Леоновна

учитель истории и обществознания

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение

Лицей №1 им. Г.С.Титова

Московская область, город Краснознаменск

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА УРОКА ОБЩЕСТВОЗНАНИЯ В 8 КЛАССЕ НА ТЕМУ: «РЫНОК, ЦЕНА, КОНКУРЕНЦИЯ»

<p>Тема урока, план урока, возможная лично значимая проблема</p>	<p>Рынок, цена, конкуренция. План урока: 1. Обмен. 2. Рынок. 3. Цена и её функции. 4. Конкуренция, основные типы рынков. 5. Реклама как средство продвижения товара Лично 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).</p>
<p>Планируемые результаты изучения материала:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • узнают об основных отличиях экономического и неэкономического типов обмена, типах рынков; • выявляют, что предметом спора между продавцами и покупателями на рынке выступает цена; • выясняют функции цены на рынке; • понимают, как происходит выравнивание цен; как и почему возникает дефицит товаров; • понимают, какую роль играет конкуренция в установлении рыночной цены; • 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).
<p>Методы обучения и формы организации учебной деятельности</p>	<p>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</p>

	<p>торга?</p> <p>2.Найдите и сформулируйте условия для существования рынка?</p> <p>3. Почему рынки и ярмарки пользуются большой популярностью в современной России?</p> <p>4.Как оценить конкуренцию – это хорошее или плохое явление рынка?</p> <p>Форма урока: комбинированный.</p>
Развитие умений учащихся	<ul style="list-style-type: none"> • Учатся выделять главное; • устанавливать причинно-следственные связи; • при получении новых знаний использовать ранее приобретенные знания (товар, деньги, спрос, предложение); • определять круг необходимых знаний для решения проблемы; • самостоятельно работать с учебником (понятийный аппарат); • предъявлять результаты учебной деятельности.
Приемы деятельности учителя	Проверочный тест, работа над ошибками, рассказ, беседа, организация работы с понятийным аппаратом учебника, организация работы в проектных группах.
Основные понятия и термины	Обмен, рынок, цена, выравнивание цен, монополия, олигополия, монополия, 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	<p>Учебная литература: А.И.Кравченко, Обществознание, 8 класс, «Русское слово», Москва,2012г.</p> <p>Дополнительная литература: В.С.Автономов, Введение в экономику, ВИТА-пресс, Москва, 2010. 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.</p>

Комментарии к технологической карте

Урок имеет ряд особенностей. Во-первых, изучение нового материала в значительной степени строится на актуализации междисциплинарных и межпредметных связей на основе знаний по литературе, истории, тем «Товар и деньги», «Спрос и предложение», «Предпринимательство». Во-вторых, работа над понятиями заключается не только во введении новых понятий, но и в углублении уже известных понятий и терминов (рынок, цена, конкуренция).

1 этап

Урок начинается с проверки домашнего задания по тестам. (**Приложение №1**) 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.

2 этап

Учитель знакомит учащихся с темой и планом урока. Объяснение нового материала строится по плану урока. 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 с использованием презентации выясняем признаки и условия рынка. Возможности мультимедийных презентаций огромны. Они позволяют использовать информацию в любой форме представления (текст, таблицы, диаграммы, слайды, видеоаудиофрагменты и т.д.); успешно чередовать различные виды деятельности на уроке; что позволяет в свою очередь активизировать различные каналы восприятия, способствует повышению внимания и росту активности учащихся на уроке, снижают

утомляемость. И, наконец, урок становится более ярким! Но считаю целесообразным не увлекаться презентациями. Это должна быть лишь часть урока.

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.

3 этап

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». Также в этой части урока, если позволяет время, можно инсценировать сказку М.С.Михалкова *Как старик корову продавал (русская сказка)*... (**Приложение 3**). Можно ограничиться просмотром мультфильма. (Просмотр мультфильма 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?*

4 этап

Следующий этап урока предполагает: используя знания, полученные на уроке самим сделать рекламу. Тем более, что в качестве опережающего было задание – объединиться в группы и представить свой проект рекламы. При распределении учащихся на группы следует руководствоваться следующими принципами: ребятам должно быть комфортно, удобно вместе, в то же время группы должны быть равноценными. Распределить таким образом, чтобы в группе были и лидеры, и ребята творческие, креативные, и слабоуспевающие ребята, чтобы чувствовать поддержку того, кто рядом. На уроке результаты проектной деятельности оформляются и защищаются. Для этого моделируем следующую ситуацию. «Добрый день, уважаемые производители мягкой мебели города N. Я являюсь представителем торговой компании по продаже мебели (Роль торгового представителя выполняет ученик этого же класса или

представитель из другого класса). Мы ищем новых партнеров, новых поставщиков. На сегодняшний день мы имеем возможность заключить договор на поставку мебели с одной из фирм-производителей города N. Я желаю вам успеха!» Создание проектов предоставляет учащимся максимальные возможности для самостоятельного изыскания и присвоения информации, для стимулирования навыков самостоятельного оперирования полученным материалом. Использование метода проектов позволяет оперативно обмениваться информацией, идеями, планами; формировать коммуникативные навыки культуры общения; добывать информацию из разных источников; обрабатывать ее с помощью компьютерных технологий; развивать ключевые компетенции; расширить кругозор; развить лидерские, организационные качества личности учащихся.

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

5 этап

Домашнее задание: выучить определения понятий, терминов. Написать эссе на тему "Экономическая конкуренция — это не война, а соперничество в интересах друг друга". Э. Каннан. Считаю целесообразным давать такие задания чаще. Это задания ЕГЭ. В нашей школе ЕГЭ по обществознанию пользуется популярностью.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Проверочная работа по теме: «Спрос и предложение»

1. На рост предложения влияет:

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| 1. Недостаток сырья. | 3. Большие затраты на |
| 2. Высокая | производительность. |
| 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. | 3. Верны оба суждения. |
| 2. Верно только Б. | 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. возрастают

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Тип рынка	Количество продавцов	Возможность проникновения на рынок	Однородность товара	Пример рынков
Совершенная конкуренция	<i>Много</i>	<i>Неограниченная</i>	<i>Однородный</i>	<i>Рынок зерна</i>
Монополия	<i>Один</i>	<i>Отсутствует</i>	<i>Однородный</i>	<i>Рынок алмазов</i>
Олигополия	<i>Мало</i>	<i>Ограниченная</i>	<i>Неоднородный</i>	<i>Рынок автомобилей</i>
Монополистическая конкуренция	<i>Много</i>	<i>Ограниченная</i>	<i>Неоднородный</i>	<i>Рынок косметики</i>

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

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

На рынке корову старик продавал,

Никто за корову цены не давал.

Хоть многим была коровенка нужна,

Но, видно, не нравилась людям она.

- Хозяин, продашь нам корову свою?

- Продам. Я с утра с ней на рынке стою!

- Не много ли просишь, старик, за нее?

- Да где наживаться! Вернуть бы свое!

- Уж больно твоя коровенка худа!

- Болееет, проклятая. Прямо беда!

- А много ль корова дает молока?

- Да мы молока не видали пока...

Весь день на базаре старик торговал,

Никто за корову цены не давал.

Один паренек пожалел старика:

- Папаша, рука у тебя нелегка!

Я возле коровы твоей постою,

Авось продадим мы скотину твою.

Идет покупатель с тугим кошельком,

И вот уж торгуется он с пареньком:

- Корову продашь?

- Покупай, коль богат.

Корова, гляди, не корова, а клад!

- Да так ли! Уж выглядит больно худой!

- Не очень жирна, но хороший удой.

- А много ль корова дает молока?

- Не выдоишь за день - устанет рука.

Старик посмотрел на корову свою:

- Зачем я, Буренка, тебя продаю? –

Корову свою не продам никому –

Такая скотина нужна самому!