**Тема. «Соціальні цілі економіки».**

**Мета:**

**Навчальна:** ознайомити учнів з поняттями-економіка, мета економіки, потреби, економічні ресурси. Визначити класифікацію потреб, процеси, що забезпечують задоволення потреб, суб’єкти та об’єкти економічних відносин. Виробляти вміння застосовувати набуті знання в повсякденному житті, поглиблювати знання про економічні поняття.

**Розвиваюча:** розвивати увагу, пам'ять, логічне мислення. Стимулювати розвиток вмінь учнів аргументувати свої відповіді,

**Виховна:** виховувати культуру спілкування;зацікавленість і бажання вчитися.

**Тип уроку:** бінарний.

**Форма проведення:** наукове кафе з елементами бінарного уроку (громадянська освіта з історією).

**Обладнання і матеріали:** схеми, таблиці картки із завданнями, відеоматеріали, репортаж учнів, проектор.

**Вікова категорія:** 10 клас.

**Хід урок**

**І. Вступна частина**

**1. Привітання**

**2. Актуалізація опорних знань**

**Фронтальне опитування класу (Метод «Мікрофон»)**

1. Що таке суспільні медіа? (*Противага і конкурент державних і приватних медіа де медіаполітику визначають власники*).
2. Законодавчі основи суспільного мовлення в нашій країні закладені? (*Законом «Про суспільне телебачення і радіомовлення України»*).
3. За характером медіа є? (*Інформаційні та соціальні*).
4. Інформаційний медіа це…? (*Діє на окрему людину, групу, суспільство через інформацію*).
5. Соціальне медіа ..? (*Стає в процесі взаємодії людей, обміну ними поглядами, ідеями, досвідом, знаннями*).
6. Чому змінюється наша поведінка під впливом тієї чи іншої інформації? (*Це залежить від того як і що ми сприймаємо, бо інформація є позитивною та негативною. Тому батьки та вчителі намагаються убезпечити молоде покоління від шкідливої інформації*).
7. Назвіть інструменти впливу медіа? (*Переконування, навіювання, маніпулювання,наслідування, психологічне зараження*).
8. Назвіть компонент засобу впливу медіа – психологічне зараження? (*Навіювання*).
9. Назвіть основоположника вивчення громадської думки? (*В. Ліппман*).

10. Назвіть елементи формування громадської думки? (*Власний досвід та ЗМІ).*

11. Назвіть мені американського коментатора, відомого в багатьох країнах світу, який сформулював основний принцип впливу мас-медіа на громадську думку? (*Волтер Кронкайт*).

12. Назвіть цей принцип. (*Не нав’язувати людям свого бачення новин, а дати їм думати, і не дати політичним хитрощам цю думку приспати*).

**Робота з картками із завданнями**

1. Порівняйте такі інструменти впливу медіа: переконування та навіювання.
2. Що таке маніпулювання? Що лежить в основі і на що розрахована інформація?
3. Придумайте аргументи для переконування однокласників щодо озеленення класу, щоб вони самі захотіли це зробити.

**3. Мотивація до вивчення нової теми.**

Перед будь-якою наукою стоїть завдання провести аналіз реальних процесів, фактів, виявити внутрішні взаємозв’язки, визначити закономірності змін і явищ. Все це стосується і економічної теорії. Історія показує, що це був постійний пошук аналізу економічного життя суспільства, прагнення описати і пояснити розвиток, вияснити закони економічного життя, обґрунтувати способи економічних вирішень.

Економічна наука як система знань,законів, що відображають господарське життя людського суспільства склалася досить недавно – у XVIII-XIXст. Однак важко собі уявити, що існували коли-небудь часи в які людей не цікавили б проблеми багатства: його одержання, нагромадження, використання. Свідченням цього є ряд творів в українській та зарубіжній літературах, історичних подіях і навіть Святе Письмо розглядає цю проблему.

Кожна людина щодня, хоче вона цього чи ні, стає учасником економічних процесів та відносин. Жити в умовах ринку доводиться і підприємцям, і вчителям , і лікарям, артистам, домогосподаркам. Всім, хто на перший погляд, здавалося б, безпосередньо з ринком і не пов'язаний. Але це не так. Ринок вимагає від усіх нового рівня знань. Економічна освіченість дає можливість вільно володіти економічними поняттями і категоріями,вміти прогнозувати різноманітні економічні процеси, вибирати за результатами аналізу найефективніші способи вирішення проблем, по-новому дивитися на свої потреби. А ми з Вами постараємось в процесі уроку знайти відповідь на питання: **«Чи спричиняє прогрес людства збільшенню кількості потреб?»**. Це і буде проблемним питанням нашого уроку.

1. **Повідомлення теми та мети уроку.**

Отож, що таке економіка і які основні соціальні цілі економіки і є темою нашого сьогоднішнього уроку.

**ІІ . Основна частина.**

1. **Виклад нового матеріалу (міні-лекція).**

Слово «економіка» походить від грецького слова «oikonomia», що означає управління домашнім господарством. Існує і інше визначення економіки. Економіка- наука, яка вивчає як суспільство використовує обмежені ресурси для виробництва цінних благ і розподіляє ці блага серед людей. Економіка допомагає приймати вірні рішення під час здійснення покупок товарів та послуг, працевлаштуванні, веденні бізнесу; вчить , як правильно витрачати кошти для максимального задоволення своїх потреб; які дії потрібно зробити , щоб захистити себе від інфляції; купувати чи взяти в оренду квартиру , або земельну ділянку; краще розраховуватися готівкою чи кредитною карткою; яка професія на ринку праці є високооплачуваною та багато іншого. Економіка має складну структуру. Вона включає в себе **підприємства**, що створюють життєві блага, **домашні господарства** (сім’ї), які їх споживають, а також **ринки**, де відбувається їх розподіл і обмін. Уся економічна діяльність людей обмежується природним і соціальним середовищем. **Природнє** **середовище визначає** природні ресурси, клімат, кількість населення, житло,одяг,спадковість людини та багато іншого. Відділити людину від природи неможливо, тому що господарська діяльність відбувається в контакті з флорою і фауною, корисними копалинами. Економіка – це форма використання природної речовини для її перетворення у життєві блага. **Соціальне середовище** визначається економічними і правовими відносинами, які виникають між людьми стосовно виробництва, розподілу, обміну і споживання життєвих благ.

**Робота учнів у групах з використанням технології** [**Start up**](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjYqLnoncTRAhUBP5oKHftZD0YQFggwMAI&url=https%3A%2F%2Fstartup.ua%2F&usg=AFQjCNFVEbTHBFmbwZH3AViXunxDl-gAxQ&sig2=oP_3E3HzJpone9jm_3xbqw&bvm=bv.144224172,d.bGs) **на основі випереджаючого завдання**

Опис методики. Стартап - це креативне середовище, в якому винахідники, навчаючись і спілкуючись, втілюють свої ідеї та розробки, шукають бізнес моделі для нових ідеї , яких раніше не було. Розрахований проект на короткий час з метою отримання прибутку з мінімальними ризиками.

Вимоги для успішного стартапу (**[Start up](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjYqLnoncTRAhUBP5oKHftZD0YQFggwMAI&url=https%3A%2F%2Fstartup.ua%2F&usg=AFQjCNFVEbTHBFmbwZH3AViXunxDl-gAxQ&sig2=oP_3E3HzJpone9jm_3xbqw&bvm=bv.144224172,d.bGs))**:

1.Формування команди однодумців,що мають ідею та продукт.

2.Команда – це єдність думок та лідерство.

3.Результат: якісні зміни для суспільства, отримання прибутків.

**Завдання для учнів. «Що можна досягнути за допомогою економіки?»**

Поділ учнів класу на три команди :

**І - «Економісти»** (Вивчити економічну ситуацію в Україні. Звернути увагу на фактори ризику економіки, які стають часто причиною руйнування бізнес сектору).

**Приблизний варіант відповіді.** *Основним показником ефективності економічної політики держави є високий рівень життя населення. Найчастіше для порівняння рівня життя використовують такі фактори:*

1.Індекс людського розвитку (ІЛР). За цим показником у 2016р. Україні посідала 86 місці в світі серед 174 країн світу (значення ІЛР=0,788). ІЛР складається з трьох індексів, одним з яких є ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності. Україна опинилася на 63 місці серед 104 країн світу.

2. Індекс купівельної спроможності компанії GFK. За цим індексом Україні посідає 39-те – передостаннє місце в Європі а, купівельна спроможність українців становить лише 13,5 % від середньоєвропейського показника.

3.Найважливішим джерелом підвищення рівня добробуту в Україні має стати зростання заробітної плати. Для регулювання оплати праці уряд має зараз єдиний інструмент – мінімальну заробітну плату, встановлення заробітної плати на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів. Важливим напрямом підвищення добробуту населення має стало реформування пенсійної системи, медичної та освітянської галузі.

4. Упорядкування системи соціальної допомоги, компенсацій та пільг дасть змогу різко підвищити ефективність системи соціального захисту, зокрема посилити адресність соціальних програм. Саме шляхом підвищення ефективності використання соціальних видатків в Україні можна буде знизити нерівність у розподілі доходів та ліквідувати бідність.

5. Важливим напрямком має стати покращення умов для підприємницької діяльності. Частка доходів від підприємницької діяльності у структурі грошових доходів населення в Україні є ще недостатньо високою порівняно з іншими країнами. Саме доходи від підприємницької діяльності можуть стати важливим джерелом підвищення рівня добробуту в Україні. Високі податки на бізнес та складність їх сплати є лише одним з чинників несприятливого інституційного середовища в Україні. Незважаючи на постійні декларації уряду про прагнення створити сприятливе бізнес середовище в Україні, реальна картина є далека від уявлень можновладців.

**Висновок.** *Отже, для прискорення економічного розвитку в Україні потрібно створити конкурентне ринкове середовище та забезпечити умови для впровадження інноваційної складової.*

**ІІ - «Маркетологи»** (Маркетолог - це спеціаліст з вивчення смаків покупців і [просування](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F) товару. Досліджує, яка продукція буде користуватися великим [попитом](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82_%D1%96_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%8F) і чому, оцінює [ринок](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA) конкретних товарів і послуг. Проводить ретельний [моніторинг](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3&action=edit&redlink=1) галузі, організує роботу інтерв'юерів, з'ясовують уподобання покупців. Обробляє інформацію за допомогою спеціальних [комп'ютерних програм](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%27%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0). Складає докладний звіт з цифрами, графіками, порівняльні характеристики. Робить [прогноз](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BD%D0%BE%D0%B7%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F) і розробляє рекомендації щодо просування продукту,використання інвестицій).

**Приблизний варіант відповіді.** За нинішньої швидкості змін в економіці та інформаційних технологіях маркетинг трансформується так швидко, що готових рецептів бути не може. Тому передусім варто стежити за дослідженнями у галузі економіки і комунікацій, аби зрозуміти, як люди думають, сприймають інформацію, як технології проникають у наше життя і змінюють його. Це допомагає співвідносити завдання з маркетинговим інструментом, адаптувати його та менше помилятися.

Маркетинг стає не просто медіа, а медіа, яке здатне приносити гроші. У структурі будь-якого бізнесу маркетинг відповідає за затратну частину – ми витрачаємо на те, щоб отримати своїх споживачів. Вплив конкурентної боротьби відчувається не лише між комерційними підприємствами, посередницькими організаціями, урядовими організаціями, але і між певними територіями та регіонами. Це пояснюється бажанням отримати доступ до інвестицій, залучити кваліфікованих працівників тощо. У досягненні економічних цілей особливу роль повинен відігравати саме маркетинг. Сьогодні покоління Z приймає рішення про покупку не завдяки рекламі, а завдяки відгукам про товар чи продукт. Для того, щоб втілити успішний контент-маркетинг потрібно:

* визначитися з цільовою аудиторією, яка стане основним споживачем продуктів;
* сформувати план дій;
* прописати бізнес-план (у тому числі вказати кількість грошей і часу, які ви готові витратити, а також втратити, якщо проект не спрацює);
* розробити процес-плани (швидкість, кількість контенту, який продукується на кожному з каналів, а також люди, які несуть відповідальність за цей контент).

**Висновок.** *Отже, щоб зацікавити потенційних споживачів найважливіше придумати яскраву історію бренду або правильно розповісти ,щоб зацікавити потенційних споживачів.*

**ІІІ - «Рекламодавці» (** Термін «реклама» як прийшло в українську мову з французької *reclame.* У французький ж слово прийшло з латини - *reclamare –* викрикувати).

**Приблизний варіант відповіді.** *Сучасний етап розвитку економіки України відрізняється високим рівнем нестабільності її структурних компонентів, що спричинений різними дестабілізаційними факторами. Процес просування свого продукту розпочалася з тісної співпраці з маркетологами, які розробляють окрему промо-кампанію для осіб, на яких тестували контент. Якщо реклама для дорослих розповсюджується на телебаченні та у соціальній мережі Facebook, то для молодої аудиторії – в YouTube, Instagram ,на радіо, канали популярних блогерів. Реклама є невід'ємною умовою розвитку конкуренції, оскільки несе в собі певну інформацію і виступає орієнтиром для споживачів. Вона інформує споживача про різноманітність ринку товарів і послуг. Для рекламодавця мета реклами - довести інформацію до споживачів і домогтися їх прихильності з метою розширення попиту на товар. Споживачеві реклама дає змогу заощадити час і кошти при з'ясуванні властивостей товару.  При правильній організації реклама дуже ефективна й сприяє швидкій безперебійній реалізації продукції. При цьому прискорюється повернення оборотних коштів підприємств, установлюються ділові контакти виробників з покупцями та споживачами продукції, попит зростає, що, у свою чергу, є об'єктивною основою підвищення ефективності господарської діяльності. Сьогодні чимала кількість підприємств прагне створити ефективну рекламну кампанію, яка стала б запорукою створення власних брендів.*

**Висновок.** *Отже, вплив реклами на діяльність підприємства є досить вагомим, оскільки реклама робить виклик конкурентам, який змушує підприємство удосконалювати свій товар, підвищувати власну конкурентоспроможність. Вона сприяє більшій турботі виробника про якість власного товару. Від того, наскільки ефективно буде працювати ця система, залежить ефективність функціонування економіки в цілому*.

1. **Міні-лекція (продовження).**

Економічна діяльність здійснюється людьми. Людина є її рушійною силою. Крім того, людина була, є, і залишається головним фактором розвитку та вдосконалення виробництва. З позицій виробництва людина – це не тільки його суб’єкт, але й кінцева мета. Суспільний продукт, пройшовши через розподіл і обмін, завершує свій шлях у споживанні, без якого будь-яке виробництво недоцільне. У споживанні і задовольняються потреби людей.

Потреба – це необхідність окремої людини, сім’ї ,колективу,держави в життєвих благах, послугах, духовних і культурних цінностях.. Потреби виникають з народження людини і супроводжують усе її життя. Є потреби індивідуальні, колективні, суспільні.

**Робота в групах.** Клас поділений на три групи. Кожна з груп має навести по 10 прикладів потреб: індивідуальних, колективних, суспільних.

***Аналіз та обговорення.***

Економісти та психологи пропонують виділяти різні види потреб. Досить поширеною є класифікація потреб, запропонована медиком і психологом А.Маслоу, який розрізняв нижчі (фізіологічні) і вищі (соціальні) потреби.

**Перегляд піраміди Маслоу за допомогою проектора. Аналіз та обговорення.**

Крім того потреби людини можна поділити на первинні та вторинні.

**Використовуючи сервіс Kahoot визначають первинні та вторинні потреби.**

Задовольнити людські потреби мають блага, тобто засоби. Основною ознакою блага є його корисність для людини. Благами називаються товари та послуги. Товари відчутні на дотик, послуги – це певна дія на користь споживача .Одні види благ є безмежними ( повітря), вони даровані природою і людина може користуватися ними вільно і безоплатно. Інші , такі як, наприклад, корисні копалини, не можуть повністю відповідати безмежним потребам, тому вони і називаються обмеженими.

**Практична робота. Навести приклади благ і записати їх у таблицю.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вільні блага** | **Матеріальні блага** | **Нематеріальні блага** |
|  |  |  |

Сфера економіки, у якій створюються життєві блага, призначені для задоволення людських потреб , називається виробництвом. Виробництво включає в себе працю, предмети і засоби праці. Працюючи, людина витрачає свою робочу силу. Предмет праці – незаймана речовина природи. Засіб праці – знаряддя праці. У процесі виробництва його засоби споживаються. Тому виробництво життєвих благ не існує окремо від процесу їх споживання.

Виробництво – це процес створення життєвих благ, що здійснюються завдяки певним чинникам, які називаються виробничими ресурсами. Є чотири групи виробничих ресурсів:

* Земля, або природні ресурси;
* Праця, або робоча сила;
* Капітал, або засоби праці;
* Підприємницькі здібності.

**Навчально–дослідницька експедиція** «**Виробництво у смт.Велика Березовиця**» **на основі випереджаючого завдання.** Представлення фотозвіту у формі учнівського репортажу.

На території населеного пункту смт. Велика Березовиця Тернопільського району Тернопільської області розміщено 3 приватних підприємства, що мають власне виробництво.

1. Пекарня. Виробляє кондитерські вироби та солодощі. Виробничі потужності знаходяться на вулиці Хмельницького, 1А.Приватний підприємець Сильчак Г.В.

2. Виготовлення пам’ятників. Виробничі потужності знаходяться на вулиці Бандери,41.

3. ТОВ, Березовицьке тепличне господарство. Займається вирощуванням квітів. Виробничі потужності знаходяться на вулиці Студинського,2.

1. **Міні-лекція (продовження).**

Слід відзначити, що усі ресурси практично завжди обмежені. Ця обмеженість відносна і означає, що ресурсів менше, ніж потрібно для задоволення всіх потреб за даного рівня економічного розвитку. Потреби постійно зростають і змінюються із розвитком суспільства, з розвитком ринку, зростанням господарської діяльності. Тобто, люди в будь-якій країні хочуть більше благ і послуг, ніж вони мають. Суспільство не здатне виробити весь той обсяг товарів та послуг, який відповідає потребам людей у країні. А це призводить до того, що окремі люди, їх групи, суспільство в цілому повинно вирішувати, які потреби задовольнити негайно, а задоволення яких відкласти на певний час.

**ІІІ. Осмислення знань учнів.**

А тепер повернемося до нашого проблемного питання, яке ми поставили собі на початку уроку: **«Чи спричиняє прогрес людства збільшенню кількості потреб?»** (Відповіді учнів.)

**Орієнтовний висновок. Отже, потреби зумовлюють розширення виробництва, а останнє – постійно збільшує і розширює потреби. У цьому, власне, і проявляється суть прогресу економіки: потреби і виробництво взаємно «підштовхують» один одного у поступальному русі.**

**IV. Підбиття підсумків уроку. Рефлексія навчальної діяльності.**

**Метод «Мікрофон».**

Учитель бере в руку мікрофон, задає запитання і передає мікрофон учню, який має відповісти на питання.

«На сьогоднішнім уроці я дізнався(дізналася) …»

 «Я вважаю, що на розвиток економіки нашого краю впливають такі фактори …»

**V. Виставлення оцінок.**

**VI. Домашнє завдання.**

Опрацювати тему «Соціальні цілі економіки». Повторити «Громадська думка».