**Дистанционное задание на 21.05.2020 для группы 16**

**Добрый день, уважаемый, обучающийся!**

Вашему вниманию предлагаются учебные темы в разделе «Экономика» учебной дисциплины «Обществознание»:Тема А. **Деньги. Процент.** Тема Б**.** **Основы менеджмента и маркетинга.**

* При изучении новых тем, вам не обойтись без повторения предыдущих тем, в которых вы усвоили содержание базовых понятий: *потребности, ограниченность ресурсов, циклы экономической деятельности, экономическая система и типы экономических систем, рынок,* *структура рыночной организации, производство, факторы производства, инвестирование*

Все перечисленные понятия станут надёжной основой для понимания новых процессов и закономерностей в экономике.

* **Источниками информации для Вас будут:**

1. А.Г. Важенин. Обществознание: Учебник.- «Академия», 2013. Глава 4, параграфы 4.3; 4.4, (стр. 183-198).

2. А. И. Кравченко. Обществознание: Учебник для 10 класса общеобразовательных учреждений.- «Русское слово», любое издание. Глава 3, параграфы 9,10, (стр. 65-80)

3. И.В. Липсиц. Экономика: Учебник для 10 класса, 11 классов общеобразовательных учреждений.- ВИТА-ПР ЕСС. Глава 3, параграфы 10, 11. (Стр. 74 - 86).

* 4. Тезисный комментарий к содержанию вопросов (отмечен символом).

**Тема А**. **Деньги. Процент.**

Вопросы темы:

1. *Деньги: «знакомые незнакомцы». Этапы развития.*

2. *Функции денег.*

3. *Процент.*

***?****1. Деньги: «знакомые незнакомцы». Этапы развития.*

**ДЕНЬГИ - особый товар, который:**

**1) принимается всеми в обмен на любые другие товары и услуги,**

**2) позволяет единообразно соизмерить все товары для нужд обмена и учёта;**

**3) даёт возможность сохранить и накопить часть текущих доходов в форме сбережений**

Деньги прошли в своем развитии несколько этапов:

**I ЭТАП**  денежного обращения. На этом этапе деньги выступали в **товарной форме** или сами были первыми деньгами. В положении денег оказались товары, имевшие устойчивый повседневный спрос и широкое хождение именно в силу их признаваемой полезности, (их называют ещё полноценными деньгами — зерно, меха, скот.)

**II ЭТАП.** **Роль всеобщего эквивалента** перешла к благородным металлам (золото, серебро). Причинами выбора благородных металлов в качестве денег стали:

**1. редкость** – добывались в объёмах меньших, чем спрос на них, весовая единица драгоценных металлов имела высокую стоимость и в обмене служила эквивалентом большого объёма других товаров;

**2. высокая ликвидность** - возможность обменять их на другие товары имелась всегда;

**3. долговечность;**

**4. портативность** – в силу редкости и высокой ценности можно было делать монеты небольшими по размерам и массе, но с большой ценностью;

**5. отличимость** – хорошо распознавались людьми, и было нетрудно найти способы проверки подлинности монет из этих металлов;

**6. делимость** - в силу редкости и высокой ликвидности было нетрудно делать монеты любой массы с разной ценностью, что упрощало расчёты;

**7. однородность** - можно было обеспечить изготовление монет с одинаковым содержанием этих металлов и, следовательно, стандартной ценностью.

Золото и серебро в виде слитков и монет длительное время были основой денежных систем многих стран мира. По мере развития товарно – денежных отношений выяснилось, что и этот всеобщий эквивалент не лучшая основа денежного обращения.

**III ЭТАП.** Денежное обращение стало принимать форму, которая хорошо известна современному человеку. Появились **заместители, заменители денег - знаки стоимости:**

а) *металлические знаки стоимости* (стёршиеся золотые монеты и **билонная монета**, то есть мелкая монета, изготовленная из дешёвых металлов - никеля, меди, алюминия)

б) *бумажные знаки стоимости*, изготовленные, как правило, из бумаги (бумажные и кредитные деньги). С их появлением деньги перестали быть **товарными.**

**Бумажные деньги** — это денежные знаки, которые не имеют стоимости и заменяют полноценные золотые деньги в функции средства обращения. Первый вид бумажных денег - **Казначейские векселя** - обязательства государственной власти. В России бумажные деньги (ассигнации) были введены в обращение в 1769 году и просуществовали до1843 года. Второй вид бумажных денег – **банкнота, или вексель на банкира,** долговое обязательство банка.

**Кредитные деньги** — это долговые обязательства, появление которых связано с развитием кредитных отношений, возникают на основе замещения имущественных обязательств частных лиц и государства:

* **Банкноты -** банковский билет выпускаемый банками, замещает частные векселя, по которым предъявитель может получить деньги в установленный срок.
* **Вексель** — это безусловное письменное долговое обязательство установленной формы, которое заемщик выдает кредитору, предоставляя ему право требовать у заемщика уплаты к определённому сроку денежной суммы, указанной в векселе.
* **Чек** — это денежный документ строго установленной формы, который содержит приказ владельца счета в кредитном учреждении о выплате определенному лицу указанной в чеке суммы.
* **Чековая книжка** — это определенное количество сброшюрованных бланков чеков, выдаваемых банком владельцу текущего банковского счета. Используя чеки, клиент банка может снимать необходимую сумму со счета и получать ее наличными или расплачиваться с третьими лицами непосредственно чеками.
* **Кредитная карточка** — это именной денежный документ, выпущенный банком или торговой фирмой, удостоверяющий личность владельца счета в банке и дающий ему право на приобретение товаров и услуг в розничной торговле без оплаты наличными.

В первой четверти XX века в большинстве стран мира основными формами денежных средств стали:

* **Наличные деньги** — бумажные деньги и мелкие разменные монеты;
* **Безналичные денежные средства (безналичные денежный оборот)** — все средства, которые находятся на банковских счетах (чековые и срочные вклады в банках, облигации, кредитные пластиковые карты, платёжные пластиковые карты, электронные деньги).

Преимущества и недостатки разных видов денег, о которых речь шла выше, представлены в таблице 1(стр.4).

**Выпуск (печать) денег называется эмиссией.** Необходимость в эмиссии денег появляется в двух случаях:

* для замены изношенных купюр (натуральная, то есть естественная, эмиссия);
* для изменения объёма денежной массы в экономике.

Современная эмиссия бумажных денег не связана с золотом, но существуют определённые инструменты, сдерживающие её – прежде всего это политика Центрального банка РФ (статья 75 Конституции РФ).

**Таблица. 1** **Преимущества и недостатки разных видов денег**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Виды денег** | **Преимущества** | **Недостатки** |
| **1.Товарные деньги**  (золото, серебро, жемчуг, каменные деньги, скот и т. д.) | а) сокращается время на приобретение другого товара (вместо цепочки «товар—деньги—товар» цепочка «товар—товар»);   * **б) имеют собственную стоимость;**   в) практически не обесцениваются со временем;  г) трудно подделать; | а) товар, полученный в результате обмена, может быть неравноценен по стоимости;  б) трудно носить с собой; |
| **2. Знаки стоимости**  **(монеты и бумажные деньги);**   * *Заместители денег* | а) удобны в обращении;  б) их легко носить с собой;  в) имеют невысокие затраты на изготовление; | * **а) не имеют собственной стоимости;**   б) обесцениваются во время инфляции;  в) легко потерять;  г) можно подделать;  д) изнашиваются со временем; |
| **3. Кредитные деньги**  **(кредитные карты, чеки, банкноты, вексель)**   * *Заместители денег* | а) не фиксирован вид операции (сделки);  б) использование по всему миру;  в) размер кредита выбирает сам плательщик;  г) обязательность выплат платежей по кредит. | а) оплата кредитными картами принимается не везде;  б) за пользование картой платится фиксированная сумма или процент |

**?2**. Функции денег

Если изначально человечество придумало деньги лишь для облегчения и ускорения обмена, со временем деньги начали выполнять и другие функции.

Все функции денег органически связаны между собой. Сущность денег проявляется не в одной функции, а в совокупности всех функций.

**1. Мера стоимости\*** — состоит в способности денег соизмерять стоимость всех товаров/услуг (суммарное выражение затрат, понесённых предприятием на производство и сбыт определённой продукции/оказание услуги). Цена — это денежное выражение стоимости товара/услуги.

**2. Средство обращения (обмена)\*** — деньги могут обмениваться на любой другой товар, облегчая связь между производителями товара. Деньги играют роль посредника в обмене товаров и услуг. Деньги в качестве средства обращения выступают в форме монет и бумажных денег.

Монета — это слиток металла особой формы и пробы.

Бумажные деньги не имеют собственной стоимости, поэтому не выполняют функцию меры стоимости, а являются только знаком золота.

**3. Средство накопления (сбережения)\*** — изъятые из обращения полноценные реальные деньги превращаются в различные ценности — сокровища: золото, ценные бумаги, недвижимость, валюту и т. д. или сберегаются для будущих покупок товаров и услуг.

**4. Средство платежа\*** — деньги принимаются для выплат без прямого обмена на товары: уплата налогов, внесение арендной платы и т. д.

Деньги как средство платежа приобретают новую форму существования — кредитные деньги (векселя, банкноты, чеки.)

Кредитная карточка — это именной денежный документ, выпущенный банком или торговой фирмой, удостоверяющий личность владельца счета в банке и дающий ему право на приобретение товаров и услуг в розничной торговле без оплаты наличными.

**5. Мировые деньги** — деньги используются для расчетов на мировом рынке. Совсем недавно эту функцию выполняло только золото, но постепенно выделились устойчивые национальные валюты, к которым перешла данная функция.

**Золотой стандарт** — это денежная система, при которой роль всеобщего эквивалента играет золото, а в обращении используются золотые монеты или денежные знаки, которые можно обменять на золото.

**\*Функции денег в современной экономике**

**! Обратите, пожалуйста, внимание.**

**Подделка денежных знаков**

**Подделка** денежных знаков (фальшивомонетничество) **является международным преступлением.**

**В РФ** ответственность за фальшивомонетничество предусмотрена **Уголовным кодексом, статьёй 186** «Изготовление, хранение, перевозка и сбыт поддельных денег и ценных бумаг».

Борьба с фальшивомонетничеством идёт **во всём мире** и **регламентируется Женевской конвенцией по борьбе с незаконной подделкой денежных знаков.**

**Страны, подписавшие Женевскую конвенцию** по борьбе с незаконной подделкой денежных знаков, **взяли на себя обязательство наказывать за совершение следующих действий:**

* все обманные действия по изготовлению или изменению денежных знаков;
* сбыт поддельных денежных знаков;
* попытка сбыта поддельных денежных знаков;
* покушение на изготовление и сбыт поддельных денежных знаков;
* приобретение или изготовление орудий по изготовлению или изменению денежных знаков.

***?3. Процент.*** *Опорные понятия к вопросу: факторы производства, обмен, рынок, инвестирование.*

Общественные связи между товаропроизводителями проявляются в сфере обмена, на рынке. Рынок является формой существования товарно-денежных отношений, это система экономических отношений по поводу купли - продажи товаров, где формируется спрос и предложение, а также цены на них. Рынок капитала и капитальных активов - это составная часть факторов производства.

К капитальным активам относятся:

* все разновидности зданий и сооружений, техники и машин производственного назначения, оборудования и инструментов;
* земля;
* сырьё и материалы;
* энергия и идеи;
* программное обеспечение для ЭВМ и разнообразная информация экономического содержания

Рынок факторов производства, в соответствии с действующими здесь **законами спроса и предложения** устанавливают цену любой разновидности капитальных активов.

Их **ценой выступает тот доход**, который они способны принести в результате использования, производственного применения.

Обобщающим выражением дохода на капитал, капитальные активы выступает **годовая процентная ставка,** т.е. такая величина дохода, которая исчисляется за определённый период времени (за год) в процентном отношении к величине применяемого капитала.

Размер получаемого дохода выступает, по существу, ценой капитала и капитальных активов. Вплоть до таких форм как наличные деньги, предоставляемые в ссуду, ценные бумаги и т.д. Общим знаменателем, к которому сводят стоимость капитала в форме любого актива, выступает их денежная оценка. В денежном выражении может быть просуммирована стоимость гидростанций и причалов, тракторов и компьютеров, стройматериалов и сырья для кондитерской фабрики.

По существу все экономические блага производственного назначения, выраженные в денежной форме, приобретают вид капитального актива, обращаются на рынке.

ПРОЦЕНТ как доход на капитальные активы **будет тем выше, чем выше** производительность реальных экономических благ, представленных капитальными активами как факторами производства.

Для сложных производственных процессов в текущий момент или для осуществления их в будущем требуется накопление денежных средств, которые по мере превращения их в реальный капитал будут высокопроизводительными, а следовательно, принесут более высокий доход в будущем, Именно с этой целью осуществляется накопление капитала и его ***и н в е с т и р о в а н и е!***

Исчисление дохода, или определение расчётной величины чистой производительности капитала, называется ***д и с к о н т и р о в а н и е м.***

**Тема Б. Основы менеджмента и маркетинга.**

**Вопросы темы**

**1.** *Эволюция управленческой мысли.*

**2.** *Менеджмент. Сущность и содержание менеджмента*

**3.** *Маркетинг - технология управления фирмой.*

**Актуализация:** *предпринимательство, прибыль (доход), издержки, интеграция, конкуренция, мотивация, система, стратегия, этические нормы, эффективность производства.*

***?****1. Эволюция управленческой мысли.*

* Огромный опыт предпринимательства позволяет утверждать, что это сложная сфера профессиональной деятельности, и что непонимание этого часто является причиной роковых ошибок, которые приводят к гибели молодые фирмы. В следующем учебном году предстоит изучение учебной дисциплины «Основы экономики и предпринимательства». Вы подробно будете знакомиться с основами предпринимательства с тем, чтобы успешно работать в этой сфере деятельности. Данная тема лишь предисловие к освоению знаний по экономике, что поможет Вам стать грамотным и экономически мыслящим человеком.

В первой половине XX века получили развитие четыре школы управленческой мысли. Они связаны с работами основателей и основных разработчиков идей научного управления. Познакомимся с некоторыми из них:

**1) Фредерик Тейлор,** который не был ни ученым-исследователем, ни профессором школы бизнеса. Он был практиком: сначала рабочим, а потом менеджером.

**Основные принципы научного управления Тейлора состоят в следующем:**

* жесткий профессиональный отбор;
* тренировка и обучение рабочих;
* исследование каждого элемента трудового процесса;
* сотрудничество между рабочими и администрацией для внедрения научно-обоснованной системы организации труда.

**2). Генрих Форд**, отец массового автомобилестроения, человек талантливый и жёсткий, внедривший принцип конвейерной сборки, который обеспечил рост не только производительности труда, но и всего завода в целом.

**Он добавил следующие требования к организации производства:**

* оплачивать хорошо труд рабочих (не менее 6 долларов в день),
* 48-часовая рабочая неделя;
* избегать формальности и обычного разделения компетенции;
* машины должны быть в наилучшем состоянии;
* чистота помещения;
* жесткость, авторитарность руководства.
* жесткость, авторитарность руководства.

**Целью административной (классической) школы (1920–1950) было создание универсальных принципов управления.**

**3). Представитель классической школы Анри Файоль** почти всю свою сознательную жизнь проработал во французской компании по переработке угля и железной руды.

**Рассматривая организацию как единый организм, Файоль** считал, что для любой деловой организации характерно наличие определенных видов деятельности, или шести функций:

* техническая деятельность (производство);
* коммерческая деятельность (закупка, сбыт, обмен);
* финансовая деятельность (поиск и оптимальное использование капитала);
* деятельность безопасности (защита собственности людей);
* деятельность по анализу, учету, статистике;
* управление (планирование, функция организации, распорядительство, координация и контроль).

**Файоль т**акже разработал **четырнадцать принципов управления:**

* разделение труда, т. е. сокращение числа целей, на которые должны быть направлены усилия и внимание;
* полномочия (право отдавать приказ) и ответственность (право принимать приказ);
* дисциплина — уважение к достигнутым соглашениям между работником и администрацией;
* единоначалие — работник должен получать приказы только от одного непосредственного начальника;
* подчиненность личных интересов общим, т. е. интересы работника не должны превалировать над интересами компании;
* вознаграждение персонала;
* порядок;
* централизация управления;
* корпоративный дух;
* инициатива — добровольная разработка работником плана мероприятия и обеспечение его успешной реализации;
* справедливость;
* стабильность рабочего места для персонала;
* скалярная цепь, т. е. ряд лиц, стоящих на руководящих должностях, начиная от лица, занимающего самое высокое положение, — вниз до руководителя низового звена;
* единство направления.

Представители той же школы **Гьюлик и Урвик сформулировали** основные функции управления, которые всегда постоянны:

планирование — постановка в широком аспекте подлежащих выполнению задач и указание способов их выполнения;

* организация, создание формальной структуры подчиненности, на основании которой осуществляется разделение работников между подразделениями, определяется и координируется их деятельность, направленная на достижение определенной цели;
* координация — обеспечение согласованного действия всех подразделений;
* руководство — принятие решений и соответствующего их оформления в виде приказов, инструкций и распоряжений;
* отчетность — обеспечение информацией вышестоящих инстанций о ходе работы и организация собственной информации о ходе дел;
* составление бюджета — составление финансовых отчетов и выполнение соответствующего контроля.

**4) Наибольший вклад в развитие школы человеческих отношений** (1930–1950) внесли **ученые Мэри Паркер Фоллет и Элтон Мэйо**. В ноябре 1924 г. группа исследователей начала проводить эксперимент на заводе Хоторна, принадлежащем компании «Вестерн Электрик», в городе Чичеро, штате Иллинойс. Первоначальным замыслом Э. Мэйо было **определение зависимости между физическими условиями работы и производительностью труда.** В ходе эксперимента ученые нашли нечто более важное, что впоследствии привело **к возникновению теории «человеческих отношений» в науке управления.**

С помощью экспериментов Э. Мэйо обнаружил, что четко разработанные рабочие операции и хорошая заработная плата не всегда вели к повышению производительности труда. Силы, возникшие в ходе взаимодействия между людьми, часто превосходили усилия руководителей. **Социальные и психологические факторы** оказывают **на производительность труда** более сильное **влияние, чем физические, при условии, что сама организация работ уже достаточно эффективна. Именно непланируемая и неконтролируемая руководством перестройка социальных отношений явилась главной причиной изменения производительности труда.**

**5.** Среди наиболее крупных представителей более **позднего периода поведенческого направления** выделяют таких ученых, как **Дуглас Мак Грегор, Уильям Оучи,**

**Ф. Герцберг, Р. Лайкерт.** Эти и другие исследователи изучали различные аспекты **социального взаимодействия, - мотивации, лидерства, организационной структуры, коммуникации в организациях, изменения содержания работы и качества трудовой жизни.**

**Мак Грегор заложил основы теории «Х» и «Y».**

**Теория «Х»:**

* человек не хочет работать и будет избегать работы;
* так как человек не любит работать, его следует убеждать, контролировать, принуждать работать для достижения целей организации;
* средний человек избегает ответственности, ему нужна безопасность.

**Теория «Y»:**

* работа для человека естественна, как игра;
* Человеку свойственны самоконтроль, самоорганизация, которые могут быть использованы для достижения целей;
* средний человек стремится к ответственности и избегает ее в случае прошлого разочарования.

**Положения Мак Грегора** развил **У. Оучи и создал теорию «Z» и «А»,** которые во многом связаны с японским и американским стилем управления.

**Теория «Z»:**

* значительные вложения в подготовку кадров;
* общее обучение;
* долгосрочный найм;
* неспециализированная лестница продвижения;
* групповая ориентация в работе.

**Мягкий стиль управления**, где целесообразно поощрять развитие дискуссии при решении проблемы.

**Теория «А»**

* относительно малые вложения в подготовку кадров;
* обучение конкретным навыкам;
* краткосрочный найм;
* специализированная лестница продвижения;
* индивидуальные рабочие задания.

**Жесткий стиль управления.** Основной целью школы было повышение эффективности организации за счет повышения эффективности ее человеческих ресурсов.

**6**. Одним из выдающихся теоретиков **современной школы управления** (1950 — по настоящее время) несомненно, является **Питер Друкер,** автор многих книг по управлению, консультант крупнейших фирм, профессор Нью-Йоркского университета. Имя Дракера связано со спасением умиравшей автомобильной компании «Форд», с внедрением на фирме «Дженерал Электрик» системы децентрализованного управления. Одно из самых известных положений Дракера — «концепция управления по целям». Идея о том, что управление должно начинаться с **выработки целей** и потом переходить к **формированию функций**, системы взаимодействия процесса, в корне **перевернула логику управления.**

Краткий обзор учений XX века об управлении показывает, что управленческая мысль постоянно развивалась, выдвигая все новые и новые идеи о том, как должно вестись **эффективное управление.**

**?**2. *Менеджмент. Сущность и содержание менеджмента.*

* Анализируя краткий обзор учений об управлении, а также опыт деловой практики можно выделить основную цель собственников бизнеса и менеджеров фирмы (несомненно, что есть и другие не менее важные) – **обеспечение успешного развития её бизнеса и личное обогащение на этой основе.** Реально успех фирмы возможен, если будет обеспечен рост продаж, которые являются прибыльными. Рост активов также будет эффективен, если он позволяет наращивать производство такой прибыльной продукции.

Этот результат возможен при воздействии 2-х взаимосвязанных факторов:

а) эффективного менеджмента:

* **повышение конкурентоспособности продукции фирмы;**
* **повышение рыночной стоимости фирмы;**

б) эффективных инвестиций.

Для обеспечения успешного развития бизнеса предпринимателю нужно принять основные виды решений. **Менеджер — руководитель или управляющий, занимающий постоянную должность и наделенный соответствующими полномочиями в области принятия решений.**

* По мнению большинства специалистов, **менеджер** в **условиях рыночной экономики** обязан быть предпринимателем, новатором, создателем чего-то нового, особого по своему значению, тратящим время и деньги, рискующим деньгами, здоровьем, жизненными благами в ожидании денежного и психологического удовлетворения.

**Менеджеры выполняют следующие функции:**

* проектируют и устанавливают взаимодействие между отдельными операциями и действиями, выполняемыми в организации;
* разрабатывают стратегии поведения организации в изменяющемся окружении;
* являются основным информационным звеном связи организации с окружением;
* несут формальную ответственность за результаты деятельности организации;
* официально представляют организацию в церемониальных мероприятиях.

**Основные черты эффективно работающего руководителя:**

* использование различных стилей управления в различных ситуациях;
* приспособление своего стиля к обстоятельствам;
* склонность к решению проблем и ориентация на конечный результат;
* энергия, инициатива и ответственность;
* уверенность в себе.
* **Большое значение для профессиональных успехов руководителя имеет наличие соответствующей команды.**

**Эффективная команда обладает следующими характеристиками:**

* нацеленность на общий результат;
* активная заинтересованность в проблемах;
* взаимное доверие;
* подбор профессионально-грамотных специалистов;
* конструктивные конфликты, которые улучшают и облегчают процесс принятия решения;
* творческая атмосфера при решении задач.

Таким образом, **менеджмент — это управление, которое означает:**

* ориентацию фирмы на спрос и потребности рынка, а также организацию производства тех видов продукции, которые пользуются спросом;
* постоянное стремление повышения эффективности производства к получению оптимальных результатов;
* хозяйственную самостоятельность, обеспечивающую свободу принятия решений;
* корректировку целей и программ в зависимости от состояния рынка;
* необходимость использования современной информационной базы с компьютерной техникой для многовариантных расчетов при принятии обоснованных решений.

В современных условиях хорошим менеджментом успеха фирмы не обеспечить. Для этого нужно владение маркетингом.

**?3.** *Маркетинг - технология управления фирмой.*

Определений маркетинга существует не мало. Приведём некоторые из них.

1. **Маркетинг** – общее название методов принятия решений относительно того, ччто фирма должна производить, где, как и почём предлагать на рынке, чтобы заработать наибольшую прибыль.

2. **Маркетинг** — это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.

**Можно выделить в этом определении четыре компонента:**

* действие менеджмента (предвидение, определение целей и планирование, удовлетворение спроса);
* совокупность управляемых элементов маркетинговой деятельности (продукт (замысел), цена, распределение (реализация) и продвижение);
* объекты, при помощи которых удовлетворяется спрос и достигаются цели (товары, услуги, идеи, организации, люди, территории);
* метод удовлетворения спроса (обмен, т. е. торговля).

Таким образом, кратко можно выразить предыдущее определение так: **«Маркетинг — управление удовлетворением спроса путем торговли».** В маркетинге можно выделить

четыре ключевых элемента: **ПРОДУКТ - ЦЕНА - ПРОДВИЖЕНИЕ - МЕСТО.**

Набор методов, которые помогают владельцам фирм точнее понять, чем им стоит заниматься, чтобы заработать прибыль и сохранять такую возможность многие годы, имеет огромное значение. Это обеспечивает устойчивую конкурентоспособность товаров фирмы, поэтому в её развитие инвестируют всё больше средств. Правильный выбор маркетинговой стратегии фирмы – главное условие успеха фирмы.

Более подробно с особенностями основного фактора предпринимательства – маркетингом Вы познакомитесь при изучении общепрофессиональной дисциплине «Основы экономики и предпринимательства».

**Выполняя задания Вам необходимо:**

1. Усвоить основные понятия темы, их достаточно много (они выделены либо курсивом, либо жирным шрифтом), поэтому целесообразно составить словарь терминов.

**2. Ответьте на вопросы** №№ 1-8; параграф 4.4 (стр.197).

Учебник. А.Г. Важенин. Обществознание. «Академия», 2013. Глава 4.

3. **Ответить на вопросы:** № 5 и проблемного задания (стр. 99), параграф 12 (стр.91-99), глава 4.

Кравченко А.И. Обществознание: Учебник для 10 класса общеобразовательных учреждений. 2010.

4. **Изучите содержание**  Таблицы. 1 «Преимущества и недостатки разных видов денег», сохраните её в конспекте. Аналитическая информация, содержащаяся в ней, пригодится при подготовке к контрольной работе.

5. **Коротко опишите** школы управленческой мысли, которые получили развитие в XX веке.

Желаю удач в творческом поиске ответов на поставленные вопросы, предложенные задания и проблемы к теме!

**Все задания выполняются в письменной форме и отправляются на электронный адрес преподавателя: iris-svv@yandex.ru**