**Рабочий лист № 1**

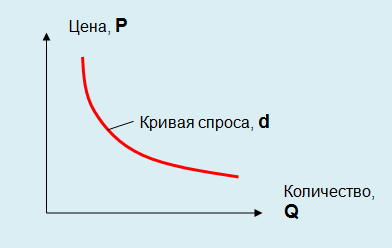
Ф.И.О.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание 1.** Из курса обществознания дайте определение спроса.

Спрос – \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание 2.** Проанализируйте график и сформулируйте закон спроса.



Повышение цены обычно \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ величины спроса, и наоборот, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ величины спроса.

**Задание 3.** Используя сайт [Федеральной службы государственной статистики,](http://www.gks.ru/) найдите интерактивный статистический сервис «Мониторинг потребительских цен», постройте график продовольственных товаров на яблоки в 2005 г., включая все месяцы года.

● Почему самая высокая цена на яблоки в мае и в июне? Перечислите причины. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

● Почему самая низкая цена на яблоки в августе, в сентябре и в октябре? Перечислите причины.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание 4.** Используя данные графиков продовольственных товаров интерактивного статистического сервиса «[Мониторинг потребительских цен»,](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/apps/647d97804a7c67a4b5c4fffc7e16ba97/) заполните таблицу 1.

**Таблица 1**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяц | 2005 г. | | 2010 г. | | 2014 г. | |
| яблоки | апельсины | яблоки | апельсины | яблоки | апельсины |
| цена за 1 кг | | цена за 1 кг | | цена за 1 кг | |
| январь |  |  |  |  |  |  |
| май |  |  |  |  |  |  |
| сентябрь |  |  |  |  |  |  |
| ноябрь |  |  |  |  |  |  |
| декабрь |  |  |  |  |  |  |

● Постройте кривую спроса на яблоки за 2005 г.

● Постройте кривую спроса на апельсины за 2005 г.

При минимальной цене товара купят 100 кг. Рассчитайте количество товара в кг, учитывая, что при каждом повышении цены объем продаж падает на 10%.

|  |  |
| --- | --- |
| Кривая спроса на яблоки | Кривая спроса на апельсины |
|  |  |

**Задание 5.** Зимой многие покупатели предпочитают есть апельсины, а не яблоки, считая, что в апельсинах больше витаминов.

● Куда сдвинется кривая спроса и к какому **неценовому фактору**\* можно это отнести? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

● Можно ли назвать этот товар взаимозаменяемым или взаимодополняющим? Ответ поясните. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* К **неценовым факторам спроса** относятся:

1) изменения предпочтений, вкусов покупателей;

2) повышение цены на другой, но взаимозаменяемый с нашим, товар:

а) взаимозаменяемый, или субститут;

б) взаимодополняющий или комплементарный;

3) изменение дохода покупателей;

4) изменение числа покупателей;

5) ожидание инфляции.

**Задание 6.** Проанализируйте инфляцию за 2005 г. Используя график из задания 4 и таблицу 2, ответьте на вопросы:

● В какой период года инфляция подтолкнет покупателей к увеличению закупок товаров до повышения цены? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

● Как это повлияет на спрос на яблоки? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

● Куда сдвинется кривая спроса на яблоки? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

● Что является неценовым фактором? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Таблица 2.** Уровень инфляции в России по месяцам и по годам, %

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Янв** | **Фев** | **Мар** | **Апр** | **Май** | **Июн** | **Июл** | **Авг** | **Сен** | **Окт** | **Ноя** | **Дек** | **Год** |
| 2015 | 3,85 | 2,22 | 1,21 | 0,46 | 0,35 | 0,19 | 0,80 | 0,40 |  |  |  |  | 9,82 |
| 2014 | 0,59 | 0,70 | 1,02 | 0,90 | 0,90 | 0,62 | 0,49 | 0,24 | 0,65 | 0,82 | 1,28 | 2,62 | 11,36 |
| 2013 | 0,97 | 0,56 | 0,34 | 0,51 | 0,66 | 0,42 | 0,82 | 0,14 | 0,21 | 0,57 | 0,56 | 0,51 | 6,45 |
| 2012 | 0,50 | 0,37 | 0,58 | 0,31 | 0,52 | 0,89 | 1,23 | 0,10 | 0,55 | 0,46 | 0,34 | 0,54 | 6,58 |
| 2011 | 2,37 | 0,78 | 0,62 | 0,43 | 0,48 | 0,23 | -0,01 | -0,24 | -0,04 | 0,48 | 0,42 | 0,44 | 6,10 |
| 2010 | 1,64 | 0,86 | 0,63 | 0,29 | 0,50 | 0,39 | 0,36 | 0,55 | 0,84 | 0,50 | 0,81 | 1,08 | 8,78 |
| 2009 | 2,37 | 1,65 | 1,31 | 0,69 | 0,57 | 0,60 | 0,63 | 0,00 | -0,03 | 0,00 | 0,29 | 0,41 | 8,80 |
| 2008 | 2,31 | 1,20 | 1,20 | 1,42 | 1,35 | 0,97 | 0,51 | 0,36 | 0,80 | 0,91 | 0,83 | 0,69 | 13,28 |
| 2007 | 1,68 | 1,11 | 0,59 | 0,57 | 0,63 | 0,95 | 0,87 | 0,09 | 0,79 | 1,64 | 1,23 | 1,13 | 11,87 |
| 2006 | 2,43 | 1,66 | 0,82 | 0,35 | 0,48 | 0,28 | 0,67 | 0,19 | 0,09 | 0,28 | 0,63 | 0,79 | 9,00 |
| 2005 | 2,62 | 1,23 | 1,34 | 1,12 | 0,80 | 0,64 | 0,46 | -0,14 | 0,25 | 0,55 | 0,74 | 0,82 | 10,91 |
| 2004 | 1,75 | 0,99 | 0,75 | 0,99 | 0,74 | 0,78 | 0,92 | 0,42 | 0,43 | 1,14 | 1,11 | 1,14 | 11,74 |
| 2003 | 2,40 | 1,63 | 1,05 | 1,02 | 0,80 | 0,80 | 0,71 | -0,41 | 0,34 | 1,00 | 0,96 | 1,10 | 11,99 |
| 2002 | 3,09 | 1,16 | 1,08 | 1,16 | 1,69 | 0,53 | 0,72 | 0,09 | 0,40 | 1,07 | 1,61 | 1,54 | 15,06 |
| 2001 | 2,8 | 2,3 | 1,9 | 1,8 | 1,8 | 1,6 | 0,5 | 0,0 | 0,6 | 1,1 | 1,4 | 1,6 | 18,8 |
| 2000 | 2,3 | 1,0 | 0,6 | 0,9 | 1,8 | 2,6 | 1,8 | 1,0 | 1,3 | 2,1 | 1,5 | 1,6 | 20,1 |
| 1999 | 8,4 | 4,1 | 2,8 | 3,0 | 2,2 | 1,9 | 2,8 | 1,2 | 1,5 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 36,6 |
| 1998 | 1,5 | 0,9 | 0,6 | 0,4 | 0,5 | 0,1 | 0,2 | 3,7 | 38,4 | 4,5 | 5,7 | 11,6 | 84,5 |
| 1997 | 2,3 | 1,5 | 1,4 | 1,0 | 0,9 | 1,1 | 0,9 | -0,1 | -0,3 | 0,2 | 0,6 | 1,0 | 11,0 |
| 1996 | 4,1 | 2,8 | 2,8 | 2,2 | 1,6 | 1,2 | 0,7 | -0,2 | 0,3 | 1,2 | 1,9 | 1,4 | 21,8 |
| 1995 | 17,8 | 11,0 | 8,9 | 8,5 | 7,9 | 6,7 | 5,4 | 4,6 | 4,5 | 4,7 | 4,6 | 3,2 | 131,6 |
| 1994 | 17,9 | 10,8 | 7,4 | 8,5 | 6,9 | 6,0 | 5,3 | 4,6 | 8,0 | 15,0 | 14,6 | 16,4 | 214,8 |
| 1993 | 25,8 | 24,7 | 20,1 | 18,7 | 18,1 | 19,9 | 22,4 | 26,0 | 23,0 | 19,5 | 16,4 | 12,5 | 840,0 |
| 1992 | 245,3 | 38,0 | 29,9 | 21,7 | 11,9 | 19,1 | 10,6 | 8,6 | 11,5 | 22,9 | 26,1 | 25,2 | 2508,8 |
| 1991 | 6,2 | 4,8 | 6,3 | 63,5 | 3,0 | 1,2 | 0,6 | 0,5 | 1,1 | 3,5 | 8,9 | 12,1 |  |

**Итоговое задание.** Используя вышеперечисленные сайты, придумайте задания по теме «Спрос и предложение» для своих одноклассников.