

### Деловая игра «Акулы бизнеса»

#### Цели мероприятия:

- расширение знаний учащихся в вопросах рыночной экономики (предпринимательская деятельность, конкуренция, реклама - двигатель торговли), подготовка к итоговой аттестации;
- формирование у учащихся финансовой грамотности;
- расширение социального опыта учащихся, повышение интереса к предмету (обществознание, экономика);
- формирование у ребят умения аргументировано высказывать свои взгляды и вести дискуссию.

Игра проводится между командами учащихся (см. возможный вариант деления на команды). Команды могут состоять из любого равного количества человек, возглавляет команду капитан. Мероприятие удобнее проводить в актовом зале школы, соответственно оформленном. Желательно предусмотреть возможность использования в мероприятии мультимедийного проектора. Для проведения игры также должны быть предусмотрены места для команд, болельщиков, членов жюри (старшеклассники - победители олимпиад по обществознанию и экономике, учителя, родители, приглашенные специалисты).

Игра предполагает чередование задач и рекламных пауз. И то и другое посвящено теме мероприятия. Жизненные задачи требуют развернутого ответа. На решение задач отводится определенное время, по истечению которого команды по очереди предлагают свои варианты решения (первой отвечает команда, верно выполнившая задание разминки). Команда-победительница определяется по совокупным результатам всей игры. Рекламные паузы предполагают знакомство ребят с историей рекламы и ее ролью в жизни современного общества, готовятся заранее командами (или болельщиками) и, по договоренности, могут учитываться при определении победителя.

#### Возможный вариант деления на группы

Учитель размещает на столах, за которыми будут работать команды, указатели «Банковский депозит», «Банковский кредит», «Налоги» и раздает всем ребятам карточки, на каждой из которых написаны признаки/характеристики депозита/кредита/налогов. Учащиеся, ознакомившись с записями на своей карточке, рассаживаются на соответствующие места. Когда все займут свои места, каждый школьник вслух зачитывает свою карточку, что позволяет не только услышать признак/характеристику депозита/кредита/налогов всем, но и, при необходимости, обсудить возможные противоречия, а также выяснить, все ли участники имеют верное представление о рассмотренных ранее сторонах финансовой грамотности.

<b>Банковский депозит</b>	<b>Банковский кредит</b>	<b>Налоги</b>
страхование государством	источник финансирования	НДФЛ
вкладчик	заемщик	индивидуально безвозмездный платеж
срочный и до востребования	целевой, потребительский, образовательный	принцип справедливости
процентный доход	переплата	декларация о доходах
высокие проценты – это риск	поручитель	вычет
чем больше сумма и дольше срок, тем выше процентная ставка	необходимость своевременного погашения	пособия, пенсии, стипендии
доходность, надежность, ликвидность	залоговый и беззалоговый	стандартные, социальные, имущественные
право наследования	займодавец	прямые и косвенные

#### Разминка

К нескольким представленным характеристикам необходимо подобрать одно слово (один термин), желательно дать правильный ответ при меньшем количестве озвученных характеристик. Команда, давшая ответ первой, получает право озвучивать первой свои ответы на все задания, предусмотренные ходом игры.

- а) это помогает быстрее продать товар;
- б) она приносит известность и успех фирме;
- в) она требует значительных затрат, которые ложатся на плечи покупателя.

Ответ: реклама.

Ни одно, даже самое верное дело не движется без рекламы...  
 Обычно думают, что надо рекламировать только дрянь, - хорошая вещь и так пойдет.  
 Это самое неверное мнение. Реклама - это имя вещи...  
 В.В. Маяковский

### Это интересно

Информация о рекламе может быть представлена частично или полностью  
 (желательно сопровождение слайдами)

**Реклама** (от лат. *reclamare* - «утверждать, выкрикивать, протестовать») - процесс донесения информации от рекламодателя до целевой аудитории. **Реклама** - коммерческое средство массовой информации, созданное для того, чтобы стимулировать сбыт продукта или услуги, или же информационное сообщение.

**Цель рекламы** - донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории. **Задача рекламы** - побудить представителей целевой аудитории к действию (выбору товара или услуги, осуществлению покупки и т. п.).

Реклама попадает к нам в квартиру через телевизор и радио, ждет нас в почтовом ящике, подстерегает на улице и в транспорте. Реклама имеет огромное значение для любого бизнеса. Производите ли вы товары или предоставляете какие-то услуги населению, вы неизбежно сталкиваетесь с необходимостью рекламы.

История рекламы тесно связана с процессом развития человечества и экономической жизнью общества. Значительное развитие получает реклама с появлением товарообмена и торговли. Среди рекламных обращений, дошедших, благодаря археологам, до нас, - египетский папирус, в котором сообщается о продаже раба. Глиняные пластины извещают жителей древних финикийских городов о реализации различных товаров, услугах и развлечениях. Выбеленные известкой стены на улицах Древнего Рима – «альбумусы» - были расчерчены на квадраты, в которые ростовщики и торговцы углем или пурпурной краской вписывали свои объявления.

Звуковая атмосфера античного города была насыщена выкриками зазывал, торговцев, официальных глашатаев. Потребность привлечь зрителей на различные зрелища или собрания приводит к зарождению новых форм рекламы, Афиша, например, рекламирует гладиаторские бои и собрания. Владельцы различных таверн, бань, кузниц и харчевен используют вывески с изображениями основных символов своей деятельности. Древние ремесленники начинают ставить специальное клеймо на свои изделия, заботясь, таким образом, о своей репутации и рекламируя качественную продукцию. Постепенно на передний план выходят профессионалы информирования, ими становятся городские глашатаи.

Без глашатаев не обходилось ни одно многолюдное поселение городского типа. Можно предположить, что как раз их зычные «выкрики» относительно важнейших событий текущего дня стали основой названия самого явления – «реклама»: латинский глагол «*reclamare*» означает «выкрикивать». Глашатаи незамедлительно оповещали жителей многолюдного города о важных политических, религиозных, коммерческих и зрелищных событиях. Это могло быть объявление войны, заключение мира, открытие ярмарки, начало ритуальных шествий или освящение выстроенного храма.

Пройдя долгий путь вместе с самим человечеством, сегодня реклама превратилась в яркое и многогранное явление. В настоящее время наибольший поток информации излучают радио, телевидение, книгопечатание и Интернет. Конечно, нельзя забывать и о такой разновидности рекламы, как наружная реклама. Жизнь в современном обществе насыщена информацией до предела и борьба за внимание потенциальных потребителей товаров и услуг заставляет рекламодателей искать все более эффективные методы рекламы.

По объекту различают следующие виды рекламы: коммерческая реклама; социальная реклама, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства; политическая реклама (в том числе, предвыборная). Обычно реклама ограничивается по объёму (доле), по способу, месту и времени распространения, вводится запрет на заведомо ложную, недобросовестную, неэтичную и иную ненадлежащую рекламу. В Российской Федерации коммерческая и социальная реклама регулируется Федеральным законом «О рекламе», политическая реклама -- Федеральными законами «О политических партиях» и «Об общественных объединениях», предвыборная агитация - законодательством о выборах.

Большую часть рекламы в Советском Союзе составляла политическая реклама (пропаганда). Она велась как советским партийно-государственным аппаратом, так и противниками СССР из-за рубежа. Но, несмотря на политизированность, несмотря на плановую экономику, коммерческая реклама всё же занимала в СССР своё место. Больше всего рекламы публиковалось во времена НЭП 1920-х годов. Но и в другие периоды реклама тоже создавалась и распространялась (так, например, широко распространялся слоган «Советское - значит, отличное», а на советском телевидении выходила рекламная телепередача «Больше хороших товаров»). Вошли в поговорку рекламные лозунги: «Летайте самолётами Аэрофлота», «Храните деньги в сберегательных кассах», «Страхуйте имущество от пожара» и др.

### Решение жизненных задач

**Задача № 1.** Ты – бизнесмен «средней руки». Вложенный тобой в банк капитал составляет 300 тысяч рублей. В банке он приносит годовой доход 30 тысяч рублей. При этом ты имеешь постоянную работу с годовым доходом 10 тысяч рублей. Тебе предлагают купить малое предприятие за 300 тысяч рублей с возможным годовым доходом 40 тысяч рублей. Какое решение ты примешь? Возможные варианты решения:

- Я не покупаю предприятие и мой годовой доход составляет \_\_\_\_\_.
- Я покупаю малое предприятие, оставляю постоянную работу и занимаюсь только бизнесом. При хорошем повороте дел мой годовой доход составляет \_\_\_\_\_.
- Я покупаю малое предприятие и остаюсь на постоянной работе. Мой годовой доход составляет \_\_\_\_\_.

Просчитайте все предложенные варианты и выберете один.

Необходимо подсчитать, сколько учащихся какой ответ выбрали и после этого дать им дополнительные разъяснения.

При принятии решения учитывай следующее:

- 1) может случиться, что бизнес будет неудачным, тогда в случае варианта № 2 ты останешься без дохода.
- 2) в случае варианта № 3 ты можешь не успевать работать на двух работах: либо пострадает бизнес, либо начнутся неприятности на постоянной работе

### Рекламная пауза

#### «За» и «против» рекламы

Команды по очереди называют плюсы и минусы рекламы, побеждает команда, доводы которой были убедительнее (см. пример возможных вариантов ответов).

аргументы «за»	аргументы «против»
Привлечение клиентов — информирование их о новых товарах, услугах, местах продаж.	Реклама навязывает потребителю товары и услуги, потребности в которых не существует.
Увеличение продаж - подразумевается, что реклама, как инструмент маркетинга, способствует повышению объема продаж.	Просмотр рекламы в подавляющем большинстве случаев не является желанным и добровольным.
Регулирование сбыта	Реклама навязывает потребителю систему ценностей.
Обычно, в рекламном сообщении перечислены конкурентные преимущества рекламируемой компании, плюсы, которые могут приобрести ее клиенты.	Увеличивает издержки (затраты на рекламу включаются в стоимость товара), приводя к повышению потребительской цены.
Рекламной деятельности отводится роль связующего звена между производством товаров и их потреблением.	Реклама завышает спрос на товар, а вслед за этим позволяет завысить и цены.
Реклама делает более успешной деловую, политическую и идеологическую конкуренцию, стимулирует торговый оборот.	Способствует монополизации рынка. Мелкие производители не в состоянии обеспечивать своей продукции рекламную поддержку, сопоставимую с рекламой крупных корпораций.

### Решение жизненных задач

**Задача № 2.** Одним из направлений предпринимательской деятельности является минимизация затрат на производство товаров и услуг. Проиллюстрируйте примерами его реализацию в деятельности предпринимателя.

Возможные примеры:

1. фирма заменила станки на менее энергоемкое оборудование;
2. при производстве товаров в качестве сырья стали использоваться более дешевые аналоги;
3. предприятие по выпуску хлебобулочной продукции, освоило производство из сэкономленного сырья;
4. фирма сократила нескольких сотрудников, расширив обязанности оставшихся работников.

### Рекламная пауза

#### Конкурс фантазеров «Необычная реклама»

Обычно предприятия и организации тратят уйму средств на рекламу по телевидению, радио и Интернету, но, как показывает практика, а также непосредственные опросы населения, наибольшей популярностью пользуются не нудные рекламные ролики по ТВ, часто предсказуемые и не всегда оригинальные, а креативная реклама с творческим подходом, которая удивляет и радует зрителей и впоследствии запоминается на долгое время.

Задание командам – предложить вариант рекламы, которая удивит, порадует и запомнится надолго (см. пример). Желательно заранее оговорить рекламируемый объект, чтобы команды были в равных условиях.

Побеждает команда, представившая более яркий вариант рекламы.

Пример: для демонстрации рекламного слогана шампуня, укрепляющего волосы, рекламодатели «выбросили» из окна косу огромных размеров.

**Примечание:** после этого конкурса можно предложить ребятам посмотреть заранее подготовленную подборку самой необычной рекламы.

### Решение жизненных задач

**Задача № 3.** Приведите примеры, отражающие различные источники финансирования бизнеса.

Возможные примеры:

1. хозяин автомастерской направил часть полученной прибыли на приобретение нового оборудования;

2. *владелец сети продовольственных магазинов взял в банке кредит и использовал его для покупки современной холодильной установки;*
3. *фермер получил средства из государственного фонда поддержки малого бизнеса для закупки дополнительной партии кормов.*

### **Рекламная пауза**

#### **О силе рекламы**

#### **Инсценировка русской сказки «КАК СТАРИК КОРОВУ ПРОДАВАЛ»**

1 покупатель - Хозяин, продашь нам корову свою?

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

1 покупатель - Не много ли просишь, старик, за неё?

Старик - Да где наживаться! Вернуть бы своё!

1 покупатель - Уж больно твоя коровёнка худа!

Старик - Болеет, проклятая. Прямо беда!

1 покупатель - А много ль корова даёт молока?

Старик - Да мы молока не видали пока...

Автор - Весь день на базаре старик торговал,

Автор - Никто за корову цены не давал.

Автор - Один паренёк пожалел старика:

Паренек - Папаша, рука у тебя нелегка!

Паренек - Я возле коровы твоей постою,

Паренек - Авось продадим мы скотину твою.

Автор - Идёт покупатель с тугим кошельком,

Автор - И вот уж торгуется он с пареньком;

2 покупатель - Корову продашь?

Паренек - Покупай, коль богат.

Паренек - Корова, гляди, не корова, а клад!

2 покупатель - Да так ли! Уж выглядит больно худой!

Паренек - Не очень жирна, но хороший удой.

2 покупатель - А много ль корова даёт молока?

Паренек - Не выдоишь за день - устанет рука.

Автор - Старик посмотрел на корову свою:

Старик - Зачем я, Бурёнка, тебя продаю?

Старик - Корову свою не продам никому -

Старик - Такая скотина нужна самому!

### **Решение жизненных задач**

**Задача № 4.** Одним из важнейших отличий рыночной экономики является конкурентная борьба. Приведите положительные и отрицательные проявления конкуренции, каждое из которых проиллюстрировав конкретным примером.

*Возможные проявления конкуренции:*

*положительные:*

1. *конкуренция создает возможности выбора для потребителя;*
2. *конкуренция способствует внедрению новейших достижений и технологий в производство;*
3. *конкуренция вынуждает производителя быстро реагировать на изменение экономической обстановки.*

*отрицательные:*

1. *в результате конкуренции некоторые производители могут разориться и уволить работников;*
2. *в ходе конкурентной борьбы могут быть использованы нечестные методы;*
3. *конкурентная борьба вынуждает производителей неоправданно большие средства затрачивать на рекламу.*

### **Рекламная пауза**

#### **Конкурс «Рекламный слоган»**

**Слоган** - термин, пришедший в русский язык из английского, первоначально был распространен среди американских рекламистов. Слоган - рекламный девиз, который в сжатом виде передает рекламное сообщение. Слоган должен легко читаться, быть оригинальными, вызывать любопытство. Удачные слоганы не только легко запоминаются и становятся частью языковой среды, но и активно её изменяют.

*Команды по очереди называют известные рекламные слоганы.*



*Побеждает команда, назвавшая слоган последней.*

### **Решение жизненных задач**

**Задача № 5.** Покажите на примерах влияние конкуренции на деятельность фирмы.

*Возможные примеры:*

1. улучшение потребительских качеств товаров и услуг;
2. рациональное использование ресурсов;
3. расширение ассортимента товаров и услуг;
4. более эффективная организация производства и реализации товаров.

**Задача № 6.** Предложите меры для того, чтобы ослабить давление конкурента на вашу фирму.

*Возможные ответы:*

1. разорить конкурирующую фирму путем снижения цены (но это принесет определенные потери и для себя (этот метод эффективен, когда ваши издержки ниже издержек конкурента));
2. привлечь покупателя дополнительными услугами при продаже товара;
3. увеличить расходы на рекламу;
4. использовать промышленный шпионаж, «подбросив» конкуренту своего человека, чтобы выведать его секреты;
5. можно стать партнером конкурента;
6. можно организовать антирекламу, с помощью которой конкурент потеряет своих покупателей.

### **Рекламная пауза**

#### **Конкурс рекламодателей - поэтов**

*Команды по очереди представляют свою рекламу (например, школьного предмета, канцтовара, блюда из школьной столовой и др.) в стихотворной форме. Возможно сопровождение рекламы показом слайдов или инсценировкой. Побеждает команда, представившая более убедительную и яркую рекламу*

### **Решение жизненных задач**

**Слайд**

*Предпринимательская деятельность  
служит не только интересам индивидуума, но и общества в целом.*

*С. Канарейкин*

**Задача № 7.** В теледебатах обсуждалась проблема социальной ответственности бизнеса. Среди участников возник спор о том, правильно ли предоставлять фирмам, занимающимся благотворительностью, налоговые льготы. Приведите аргументы сторонников и аргументы противников подобных льгот.

*Возможные аргументы:*

*сторонников:*

1. фирма тратит деньги, а значит, происходит перераспределение доходов, являющееся одной из функций налогов;
2. благотворительная деятельность в некоторой степени уменьшает расходы государственного бюджета, поэтому ее надо поощрять;

*противников:*

1. благотворительность должна быть добровольной и бескорыстной;
2. объемы благотворительных пожертвований форм зачастую существенно меньше, чем суммы потерянных государством налоговых поступлений.

### **Рекламная пауза**

#### **«Разноголосая ярмарка»**

Представим себе на минуту разноголосый шум российской ярмарки. И на ней без конца раздаются...

*Команды по очереди инсценировкой рекламируют свой товар или услугу (см. пример).*

*Побеждает команда, убедившая жюри «приобрести» ее товар или услугу.*

1. К нам, к нам, к нам!  
Ко горячим ко блинам!  
2. Вот мех - пушистый -  
золотистый!  
Вот нежный - белоснежный!

Вот темный - скромный!  
3. Это кольцо от жару, от  
пожару,  
От чахотки, от чесотки,  
От работы, от заботы

и от болезни,  
И чтобы черти в тебя не лезли.  
4. Одно кончается -  
Другое начинается!  
Пожалуйста, заходите,

*Петрушку поглядите,  
А денег, если хотите,  
Так хоть и не несите.  
И так пустим посмотреть.  
Не отдадите в кассе -  
Отдадите в балагане...  
Как-нибудь помиримся с вами!  
Пять копеек - деньги  
небольшие,*

*А удовольствия - три короба.  
Заходите! Заходите!  
5. Покупайте плюшки,  
Крендели, ватрушки,  
Пряники, печенье...  
Ой да наслаждение!  
Хлеб душистый, беляши -  
Угощайся от души!*

*6. Продаю! Продаю! Продаю!  
Поспешайте, господа хорошие!  
Золотой товар продаю,  
Чистый товар, не ношенный.  
Не сквозной, не крашенный -  
Не запрашиваю. (Марина  
Цветаева)*

**Примечание:** *Этим конкурсом можно закончить мероприятие, возможно плавно переводя его в чаепитие с «рекламируемым товаром» и награждением команды-победительниц*

