

Образовательный минимум

Четверть	3
Предмет	Обществознание
Класс	10

Понятия	Определения
1. Рынок	система отношений между продавцами и покупателями, производителями и потребителями, возникающих при покупке и продаже товаров и услуг
2. Совокупный спрос	общий объем спроса на товары и услуги в стране, определяемый как суммарный спрос потребителей (включая государство) на потребительские товары, услуги предприятий, фирм, предпринимателей.
3. Предложение	понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях.
4. Издержки производства	затраты, связанные с производством товаров. В бухгалтерской и статистической отчетности отражаются в виде себестоимости. Включают в себя материальные затраты, расходы на оплату труда, проценты за кредиты
5. Дефицит бюджета	сокращение расходов, сокращение финансирования ряда сфер – падение уровня жизни – нарастание социальной напряженности.
6. Фирма	это единица предпринимательской деятельности, оформленная юридически и реализующая собственные интересы посредством производства и продажи товаров и услуг с использованием различных факторов производства.
7. Конкуренция	это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства, при единых правилах для всех её участников
8. Рыночная экономика	экономическая система, основанная на принципах свободного предпринимательства, многообразия форм собственности на средства производства, рыночного ценообразования, договорных отношений между хозяйствующими субъектами, ограниченного вмешательства государства в хозяйственную жизнь
9. Монополия	исключительное право на что-либо. Применительно к экономике — исключительное право на производство, покупку, продажу, принадлежащее одному лицу, определённой группе лиц или государству. Возникает на основе высокой концентрации и централизации капитала и производства.
10. Маркетинг	организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации.

ИСТОЧНИК: Обществознание. 10 класс. Учебник для общеобразовательных организаций. Базовый уровень О.А.Котова, Т.Е.Лискова М.: Просвещение. 2020