

**Образовательный минимум**

<b>Четверть</b>	<b>3</b>
<b>Предмет</b>	<b>Обществознание</b>
<b>Класс</b>	<b>10</b>

<b>Понятия</b>	<b>Определения</b>
<b>1. Рынок</b>	система отношений между продавцами и покупателями, производителями и потребителями, возникающих при покупке и продаже товаров и услуг
<b>2. Совокупный спрос</b>	общий объем спроса на товары и услуги в стране, определяемый как суммарный спрос потребителей (включая государство) на потребительские товары, услуги предприятий, фирм, предпринимателей.
<b>3. Предложение</b>	понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях.
<b>4. Издержки производства</b>	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
<b>5. Дефицит бюджета</b>	сокращение расходов, сокращение финансирования ряда сфер – падение уровня жизни – нарастание социальной напряженности.
<b>6. Фирма</b>	это единица предпринимательской деятельности, оформленная юридически и реализующая собственные интересы посредством производства и продажи товаров и услуг с использованием различных факторов производства.
<b>7. Конкуренция</b>	это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства, при единых правилах для всех её участников
<b>8. Рыночная экономика</b>	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
<b>9. Монополия</b>	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.
<b>10. Маркетинг</b>	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