



Επιθεώρηση Οικονομικών Μαθημάτων

ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2023

Λυκείων και ΤΕΣΕΚ

Σχολική Χρονιά 2022-2023

Καλές τεχνικές διδασκαλίας

Παράδειγμα: Οικονομικά Β' Λυκείου

Κεφ. 5 Σχηματισμός των Τιμών

Τι θα μάθουμε σήμερα;

Τι είναι τιμή και πώς διαμορφώνεται;

Τι είναι Ζητούμενη ποσότητα και Ζήτηση; Σε τι διαφέρουν;

Νόμος της ζήτησης

Καμπύλη της ζήτησης (ατομική και συνολική)

Πού οφείλεται η κλίση της καμπύλης ζήτησης;

1. Διαμόρφωση της Τιμής

- **Τιμή** είναι το χρηματικό **ποσό** που απαιτείται για την απόκτηση μιας μονάδας ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας.
- Στο σύστημα της ελεύθερης και μικτής οικονομίας, οι τιμές των αγαθών και υπηρεσιών **διαμορφώνονται μέσα στον μηχανισμό της αγοράς** από τις δυνάμεις της προσφοράς και της **ζήτησης**
- Οι καταναλωτές ή αγοραστές **διαμορφώνουν τη ζήτηση** των αγαθών και υπηρεσιών, ενώ οι **παραγωγοί ή πωλητές την προσφορά** των αγαθών και υπηρεσιών.



[Βίντεο - Οικονομικά Β_Κεφ.5 - Προσφορά και Ζήτηση.mp4](#)
[\(sharepoint.com\)](#)

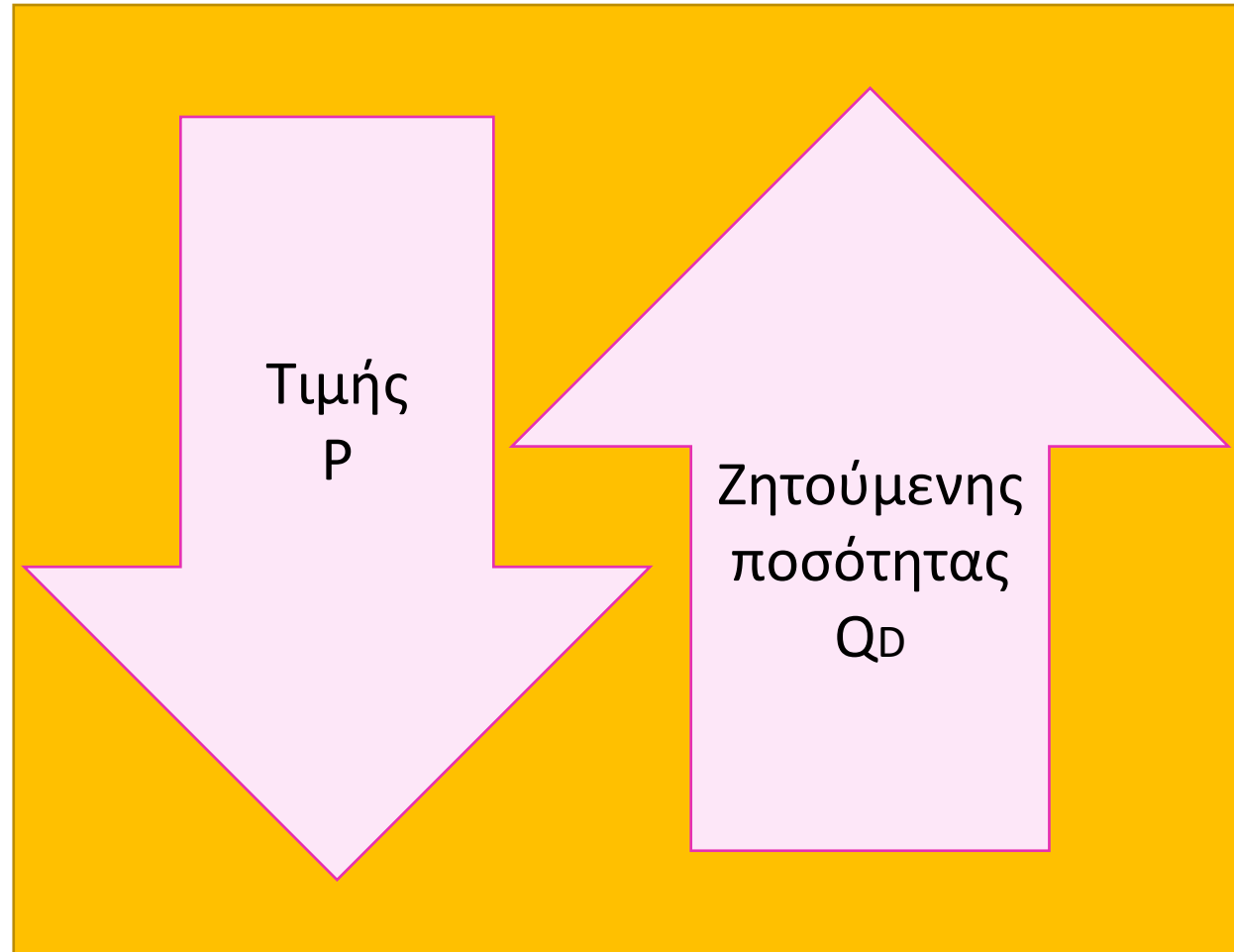
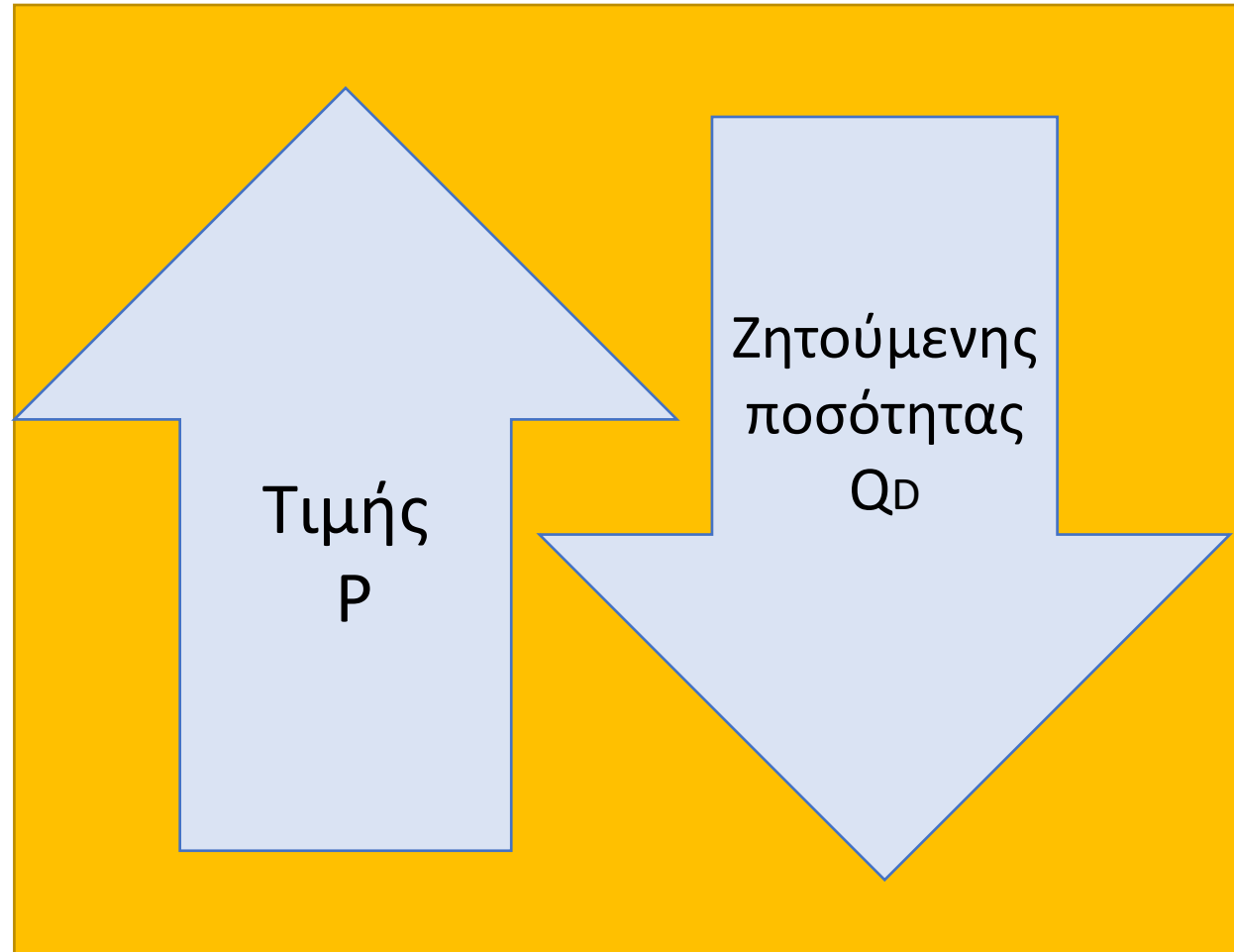
2.1 Ζητούμενη ποσότητα και Ζήτηση

Ζητούμενη Ποσότητα (Quantity demanded) ενός αγαθού είναι μια ποσότητα που οι καταναλωτές ζητούν να αγοράσουν σε μια δεδομένη τιμή.

Ζήτηση (Demand) ενός αγαθού είναι η σχέση τιμής και ζητούμενης ποσότητας του, δηλαδή είναι μια κλίμακα ζητούμενων ποσοτήτων που οι καταναλωτές θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε διάφορες τιμές σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

ΝΟΜΟΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

(αντίστροφη σχέση ανάμεσα σε P και Q_D)



Ανακεφαλαίωση

- Τι είναι τιμή και πώς διαμορφώνεται;
- Τι είναι Ζητούμενη ποσότητα και Ζήτηση; Σε τι διαφέρουν;
- Νόμος της ζήτησης
- Καμπύλη της ζήτησης (ατομική και συνολική)
- Πού οφείλεται η κλίση της καμπύλης ζήτησης;

Πώς να εργαστώ στο σπίτι;

Μελετώ τις σελίδες
100-115 από το βιβλίο
Οικονομικών Β' Λυκείου

Ασκήσεις 1-8 σελίδες
152-153

Ερωτήσεις 1-5 & 7
σημειώνω στο βιβλίο τη
σελίδα και παράγραφο
που βρίσκεται η απάντηση

Ασκήσεις 6 & 8 λύνω στο
τετράδιο

+

○

2.3

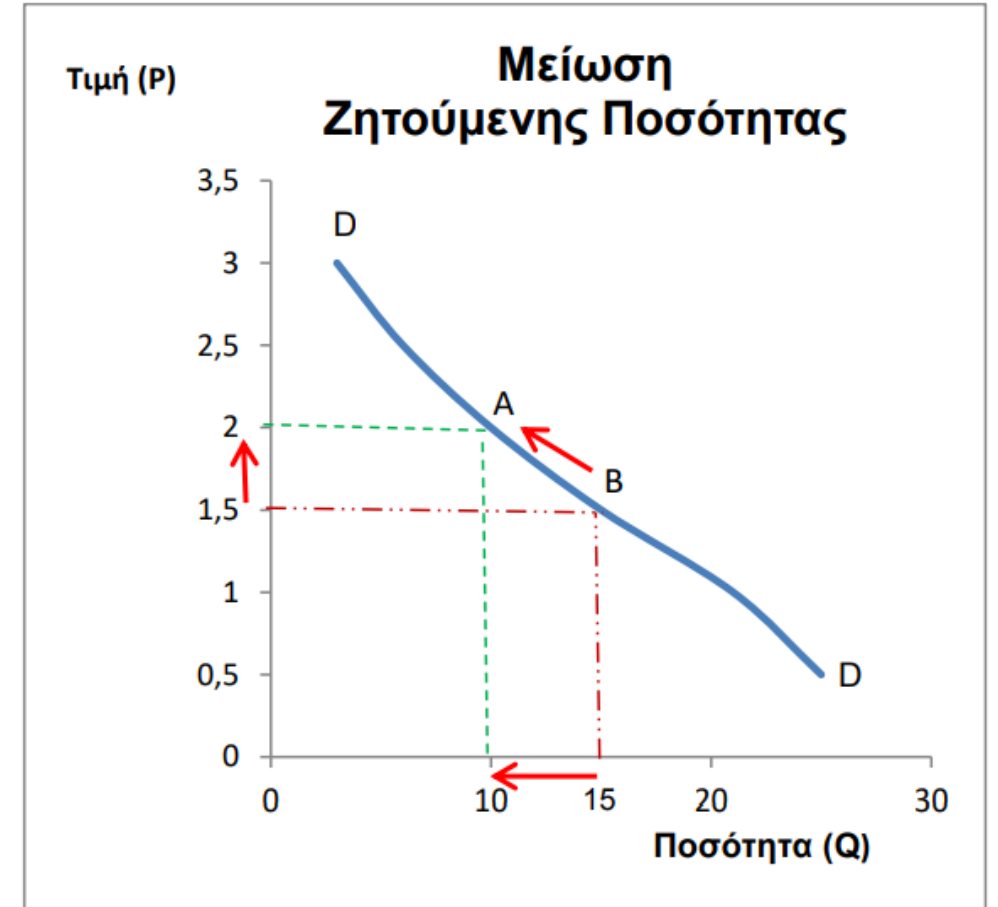
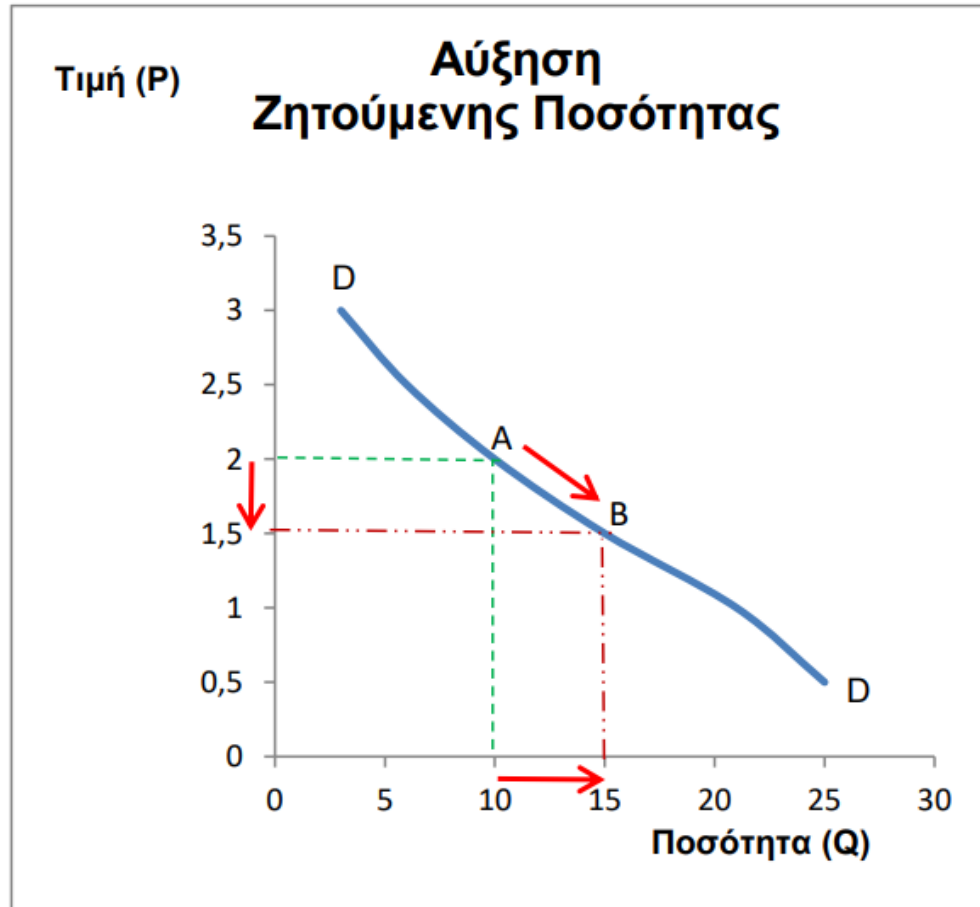
Μεταβολή στη Ζητούμενη Ποσότητα

●

Η μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα:

- ✓ Οφείλεται **μόνο στη μεταβολή της τιμής** του ίδιου του αγαθού
- ✓ Όλοι οι **άλλοι** προσδιοριστικοί παράγοντες της Ζήτησης παραμένουν **σταθεροί** (ceteris paribus)
- ✓ Διαγραμματικά απεικονίζεται σαν **μετακίνηση πάνω στην ίδια καμπύλη Ζήτησης**. Η κίνηση κατά μήκος της καμπύλης μπορεί να είναι προς τα πάνω ή προς τα κάτω.

Μεταβολή ζητούμενης ποσότητας



ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΚΑΤΑ ΜΗΚΟΣ ΤΗΣ ΚΑΜΠΥΛΗΣ

2.4 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης

Το εισόδημα των καταναλωτών

Οι τιμές των άλλων αγαθών (συμπληρωματικά και υποκατάστατα)

Οι προτιμήσεις των καταναλωτών

Οι προσδοκίες των καταναλωτών

Το μέγεθος και η διάρθρωση του πληθυσμού

2.4 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης



**βi) Οι τιμές των άλλων αγαθών
Υποκατάστατα αγαθά (substitutes)**

- Αγαθά που ικανοποιούν περίπου την ίδια ανάγκη
- Η **σχέση** που συνδέει την τιμή του ενός αγαθού με τη ζήτηση του άλλου είναι **θετική**.



10. Να εξηγήσετε την έννοια των υποκατάστατων αγαθών και να χωρίσετε σε ζεύγη υποκατάστατων αγαθών τα ακόλουθα:

Σελ.
153

σοκολάτα	υγραέριο
λάδι	βούτυρο
τσάι	κινηματογράφος
τηλεόραση	καφές
ηλεκτρισμός	παγωτό

1. Εργαστείτε μόνοι σας για 1'.
2. Εργαστείτε σε ομάδες των 4 ατόμων για 0,5' (συζητήστε, συμφωνήστε)
3. Επιστροφή στην ολομέλεια

2.4 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης



**βii) Οι τιμές των άλλων αγαθών
Συμπληρωματικά αγαθά
(supplements)**

- Δύο αγαθά τα οποία πρέπει να καταναλωθούν μαζί για να ικανοποιηθεί μια ανάγκη
- Η σχέση που συνδέει την τιμή του ενός αγαθού με τη ζήτηση του άλλου είναι **αρνητική**.



11. Να εξηγήσετε την έννοια των συμπληρωματικών αγαθών και να χωρίσετε σε ζεύγη συμπληρωματικών αγαθών τα ακόλουθα:

Σελ.
153

ψυγείο	τσιγάρα
αυτοκίνητο	κορδόνια
κινητό τηλέφωνο	βενζίνη
αναπτήρας	ηλεκτρισμός
παπούτσια	κάρτα SIM

1. Εργαστείτε μόνοι σας για 1'.
2. Εργαστείτε σε ομάδες των 4 ατόμων για 1' (συζητήστε, συμφωνήστε)
3. Επιστροφή στην ολομέλεια

2.4 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης

γ) Οι προτιμήσεις των καταναλωτών

- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών μεταβάλλονται για διάφορους λόγους όπως, τα έθιμα, η διαφήμιση, η μόδα, το κοινωνικό περιβάλλον κ.λπ



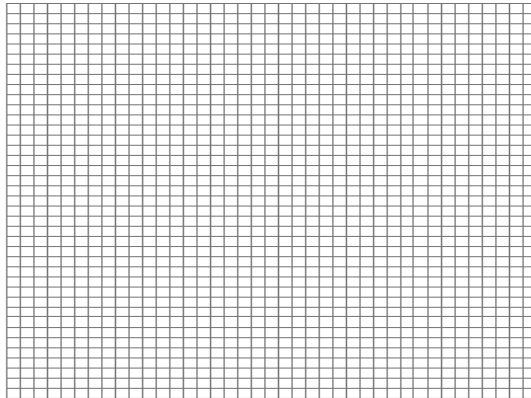
Ανακεφαλαίωση-κάρτα εξόδου

Όνοματεπώνυμο: Τμήμα:.....

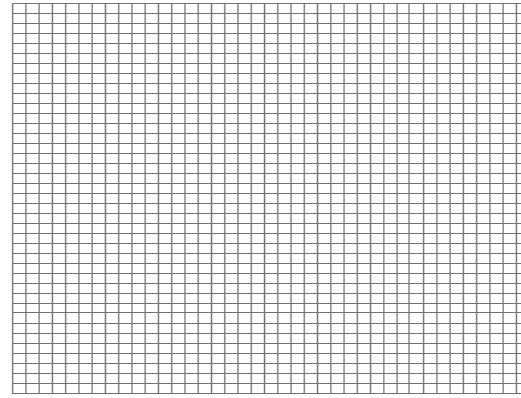
1. Πού οφείλεται η μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα;

.....

2. Διαγραμματική απεικόνιση της μεταβολής της ζητούμενης ποσότητας:



Αύξηση ζητούμενης ποσότητας



Μείωση ζητούμενης ποσότητας

3. Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης:

i.

ii.

iii.

iv.

v.

Ας εργαστούμε μαζί!

- Άσκηση 17 και 19 σελίδα 154

Together
we can
reach
New
Heights



17. Να εξηγήσετε την επίδραση που θα έχει στη ζήτηση των σπορέλαιων (κατώτερο αγαθό):

- α) Η αύξηση της τιμής τους
- β) Η αύξηση της τιμής του ελαιόλαδου
- γ) Η αύξηση του εισοδήματος των καταναλωτών.

19. Να παρουσιάσετε διαγραμματικά και να ερμηνεύσετε τη μεταβολή της ζήτησης δύο αγαθών:
- α) που είναι μεταξύ τους υποκατάστατα (χοιρινό και βοδινό κρέας)
 - β) που είναι μεταξύ τους συμπληρωματικά (αυτοκίνητο και βενζίνη).

19α

Όταν αυξηθεί η τιμή του χοιρινού κρέατος από P_1 σε P_2 , ενώ η τιμή του βοδινού κρέατος παραμένει σταθερή, η ζητούμενη ποσότητα του χοιρινού κρέατος θα μειωθεί από Q_1 κιλά σε Q_2 . Θα έχουμε δηλαδή, μετακίνηση από το σημείο A στο σημείο B πάνω στην ίδια καμπύλη ζήτησης χοιρινού. Το χοιρινό και το βοδινό κρέας είναι υποκατάστατα αγαθά. Επομένως, η αύξηση της τιμής του χοιρινού κρέατος θα προκαλέσει αυξήσει στη ζήτηση του βοδινού κρέατος, γιατί οι καταναλωτές θα στραφούν στην κατανάλωση βοδινού κρέατος, με αποτέλεσμα η καμπύλη ζήτησης βοδινού D_1D_1 να μετατοπιστεί προς τα δεξιά στη θέση D_2D_2 , έτσι ώστε στην ίδια τιμή P_1 να ζητούνται περισσότερες ποσότητες απ' ότι προηγουμένως. Δηλαδή, στην τιμή P_1 η ζητούμενη ποσότητα θα αυξηθεί από P_1 κιλά σε P_2 . Επομένως, η σχέση που συνδέει την τιμή του χοιρινού κρέατος με τη ζήτηση του βοδινού είναι θετική.

19β

Όταν αυξηθεί η τιμή των αυτοκινήτων από P_1 σε P_2 θα μειωθεί η ζητούμενη ποσότητα από Q_1 αυτοκίνητα σε Q_2 . Θα έχουμε δηλαδή, μετακίνηση πάνω στην ίδια καμπύλη ζήτησης από το σημείο A στο σημείο B. Τα αυτοκίνητα και η βενζίνη είναι συμπληρωματικά αγαθά. Επομένως, η αύξηση της τιμής των αυτοκινήτων θα προκαλέσει μείωση στη ζήτηση της βενζίνης με αποτέλεσμα η καμπύλη ζήτησης της βενζίνης D_1D_1 να μετατοπιστεί προς τα αριστερά στη θέση D_2D_2 , έτσι ώστε στην ίδια τιμή P_1 να ζητούνται λιγότερες ποσότητες απ' ότι προηγουμένως. Δηλαδή, στην τιμή P_1 η ζητούμενη ποσότητα θα μειωθεί από Q_1 σε Q_2 . Επομένως, η σχέση που συνδέει την τιμή των αυτοκινήτων με τη ζήτηση της βενζίνης είναι αρνητική.

Πώς να εργαστώ στο σπίτι;

Μελετώ τις σελίδες 121-123 στο
βιβλίο μου

Μελετώ τις σημειώσεις της
καθηγήτριας

Λύνω στο τετράδιό μου τις
ασκήσεις 16 και 18 στη σελίδα 154
του βιβλίου μου

3.4 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Προσφοράς στ) Οι καιρικές συνθήκες



Στόχοι του σημερινού μαθήματος

Διόρθωση άσκησης 36 (σελίδα 157)

Αποκατάσταση ισορροπίας όταν υπάρχει πλεόνασμα ή έλλειμμα

- Μικρή εργασία: συμπληρώνω τα κενά

Μεταβολή στην τιμή ισορροπίας

- Αύξηση ζήτησης
- Μείωση ζήτησης
- Φύλλο εργασίας (2 ερωτήσεις για τη μεταβολή στην τιμή ισορροπίας που προκύπτει από αύξηση και μείωση ζήτησης)

Όποιος τελειώνει μπορεί να προχωρήσει στην επαναληπτική άσκηση 33 σελ. 156

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

ΠΑΙΧΝΙΔΙ

Αύξηση εισοδήματος καταναλωτών

Μαθητής 1



ΑΥΞΗΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ
ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ
ΚΑΜΠΥΛΗΣ ΠΡΟΣ
ΤΑ ΔΕΞΙΑ

Αύξηση αριθμού
καταναλωτών

Καλοκαίρι
Αγία Νάπα

Μαθήτρια 1

ΑΥΞΗΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ
ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ
ΚΑΜΠΥΛΗΣ ΠΡΟΣ
ΤΑ ΔΕΞΙΑ





Μαθητής 2

ΜΕΙΩΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ ΜΗΛΩΝ
ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ ΚΑΜΠΥΛΗΣ ΠΡΟΣ ΤΑ
ΑΡΙΣΤΕΡΑ

«Οι καταναλωτές αναμένουν αύξηση των τιμών τον ερχόμενο μήνα»

- Τι θα συμβεί στη ζήτηση αγαθών σήμερα;

Μαθήτρια 2

ΑΥΞΗΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΗΜΕΡΑ
ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ ΚΑΜΠΥΛΗΣ
ΠΡΟΣ ΤΑ ΔΕΞΙΑ

«Οι καταναλωτές προβλέπουν περικοπές στους μισθούς από τον ερχόμενο μήνα»

- Τι θα συμβεί στη ζήτηση αγαθών σήμερα;

Μαθητής 3

ΜΕΙΩΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ

ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ ΚΑΜΠΥΛΗΣ ΠΡΟΣ ΤΑ

ΑΡΙΣΤΕΡΑ

Μαθήτρια 3

€ ↑



ΜΕΙΩΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ
ΜΠΑΤΑΡΙΩΝ
ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ ΚΑΜΠΥΛΗΣ
ΠΡΟΣ ΤΑ ΑΡΙΣΤΕΡΑ

Καλές τεχνικές διδασκαλίας

Παράδειγμα: Οικονομικά Προσ. Α' Λυκείου

Κεφ. 3 Διπλογραφικό σύστημα

Οικονομικά Α' - Λογιστική προσ.

4.6 The following information relates to the Daniel Pizzeria:

2022

- March 1 Daniel starts a business with €10.000 cash
- 3 Daniel purchases pizza ingredients €96 for cash
- 8 Daniel purchases more pizza ingredients €240 from Rita on credit
- 11 Daniel sells pizzas to Solon €322 for cash
- 18 Daniel purchases a motor van €5.560 and he pays cash
- 26 Daniel sells frozen pizzas €516 to Doros supermarket, on credit.

Required: Enter the transactions in the ledger accounts of Daniel Pizzeria.



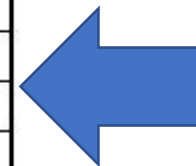
- Σε περίπτωση που μία διαφορετική ημερολογιακή εγγραφή βρίσκεται σε άλλη άσκηση μπορώ να την προσθέσω στην άσκηση που θα λύσω με τους μαθητές μου
- Οι μαθητές γνωρίζουν ότι βαθμολογούνται για την ορθή συμπλήρωση των λογαριασμών

..... Ledger

..... a/c

		€			€

- Ορθή συμπλήρωση λογαριασμών
 - Όνομα Λογαριασμού
 - Έτος
 - Ημερομηνία
 - Περιγραφή
 - Ποσό

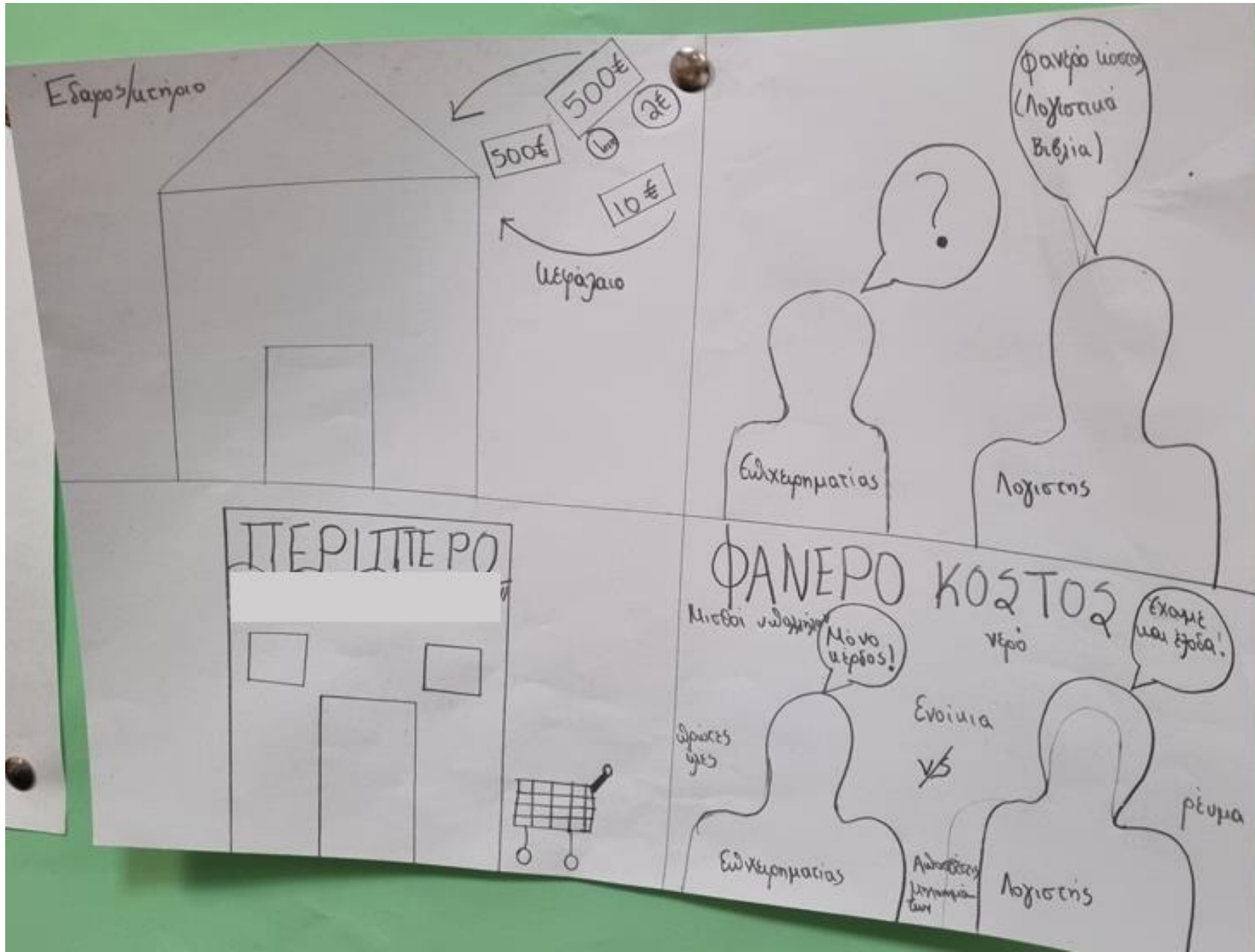


Καλές τεχνικές διδασκαλίας

Παράδειγμα: Οικονομικά Γ' Λυκείου

Κεφ. 3 Το Κόστος Παραγωγής

Οικονομικά Γ' - Κόστος Παραγωγής



Εάν υπάρχει ο χρόνος δημιουργούνται ομάδες και ζητείται από τους μαθητές να ζωγραφίσουν καθορισμένες ενότητες του μαθήματος

Καλές τεχνικές διδασκαλίας

Παράδειγμα: Οικονομικά Προσ. Α' Λυκείου

Κεφ. 4 Σχηματισμός Τιμών

Καλές τεχνικές διδασκαλίας

Παράδειγμα: Εμπορικά Β' Λυκείου

Κεφ. 5 Βοηθητικές Υπηρεσίες

Ξεκινάμε με μία μικρή εισαγωγή:

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ (ADVERTISEMENT)

Είναι πολύ σπουδαίος ο ρόλος της διαφήμισης στην προώθηση των πωλήσεων και του εμπορίου.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν διαφημιστικό τμήμα, το οποίο είναι στελεχωμένο με ειδικευμένους διαφημιστές, γραφίστες, ειδικά πρόσωπα για έρευνα της αγοράς, τεχνικό προσωπικό και ανάλογο τεχνολογικό εξοπλισμό.



Άσκηση 19 σελίδα 134

Ποια από τα πιο κάτω εμπορεύματα ή υπηρεσίες χρειάζονται διαφήμιση; Να σημειώσετε ΝΑΙ ή ΟΧΙ :

Τηλεοράσεις

.....

Ηλεκτρισμός

.....

Κινητή τηλεφωνία

.....

Αυτοκίνητα

.....

Φασόλια

.....

Ηλεκτρονικοί υπολογιστές

.....



Συζήτηση με τους μαθητές για να καταλήξουμε:

Ο **σκοπός** της διαφήμισης είναι:

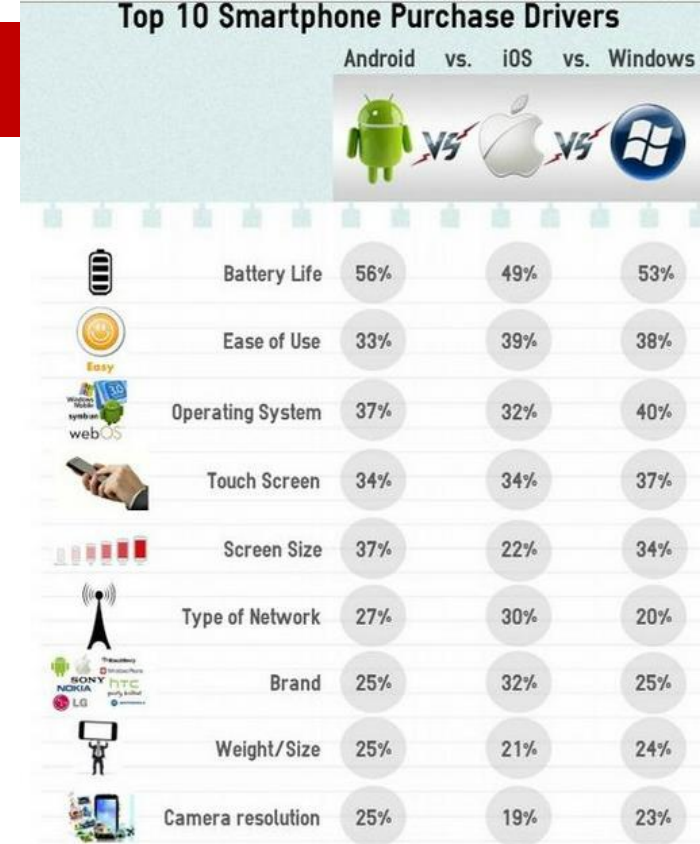
- (α) να πληροφορήσει και
- (β) να πείσει τον πελάτη.

(α) να πληροφορήσει

η διαφήμιση περιορίζεται στο να πληροφορεί τους καταναλωτές για τις **ιδιότητες**, το **χρώμα**, την **ποιότητα**, την **τιμή**, τον **τρόπο χρήσης του προϊόντος κ.ά.** και ο πελάτης αφήνεται μόνος του να αποφασίσει για την αγορά του προσφερόμενου προϊόντος.

(β) να πείσει τον πελάτη

η διαφήμιση όχι μόνο πληροφορεί τον πελάτη για τις ιδιότητες ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, αλλά και **προσπαθεί να τον πείσει να αγοράσει το συγκεκριμένο αγαθό**. Ο τρόπος που χρησιμοποιεί για να πείσει τον καταναλωτή είναι ο **υπερτονισμός** και η **υπερβολική έμφαση των πλεονεκτημάτων** του αγαθού, με **στόχο ο καταναλωτής να αγοράσει το αγαθό, ανεξάρτητα αν το χρειάζεται ή όχι**.



Η διαφήμιση σήμερα έχει πιο πολλές τεχνικές:

- ❖ Έντονα, πολλά χρώματα
- ❖ Πολλές εναλλαγές εντυπωσιακών εικόνων
- ❖ Εξελιγμένα εφέ
- ❖ Δημιουργία ιστορίας με συχνά έξυπνο χιούμορ
- ❖ Το λεξιλόγιο 1) κωδικοποιημένο
2) επαναλαμβανόμενο
3) ξενόφερτες εκφράσεις