

Trường THPT Đỗ Đăng Tuyển

Giáo viên : Huỳnh Thị Thư

Tổ : Sử- Địa- KTPL

Ngày soạn: 9/2026- Tiết : 4,5,6

BÀI 2. CUNG – CẦU TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

I. MỤC TIÊU

1. Về kiến thức

- Nêu được khái niệm cung, cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cung, cầu.
- Phân tích được mối quan hệ và vai trò của quan hệ cung – cầu trong nền kinh tế thị trường.
- Phân tích được quan hệ cung – cầu trong hoạt động sản xuất kinh doanh cụ thể.

2. Về năng lực

a) Năng lực điều chỉnh hành vi

- Nhận biết được biểu hiện của cung, cầu và sự biến động giá cả trong một số tình huống gần gũi.
- Biết điều chỉnh hành vi tiêu dùng phù hợp khi giá cả hàng hóa thay đổi.
- Biết cân nhắc nhu cầu, khả năng thanh toán, giá cả và hàng hóa thay thế trước khi mua sắm.

b) Năng lực phát triển bản thân

- Tự quan sát, thu thập thông tin đơn giản về một hàng hóa, dịch vụ trong đời sống.
- Biết rút ra bài học cho bản thân từ trải nghiệm phân tích cung – cầu để đưa ra quyết định mua sắm.
- Hình thành thói quen tiêu dùng hợp lý, không mua sắm theo tâm lý đám đông.

c) Năng lực tìm hiểu và tham gia hoạt động kinh tế – xã hội

- Đọc thông tin trong SGK, xác định được các dữ kiện kinh tế liên quan đến cung, cầu, giá cả, nhu cầu, thu nhập, thị hiếu, hàng hóa thay thế.
- Phân tích được tác động của quan hệ cung – cầu đến quyết định của người sản xuất kinh doanh, người tiêu dùng và Nhà nước.
- Đưa ra được lời khuyên phù hợp cho nhân vật trong tình huống sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng.

3. Về phẩm chất

- Chăm chỉ: Tích cực đọc thông tin, hoàn thành phiếu học tập, tham gia thảo luận và trình bày ý kiến.
- Trung thực: Sử dụng thông tin đúng căn cứ, không suy diễn thiếu cơ sở, không sao chép nguyên văn kết quả từ AI.
- Trách nhiệm: Có trách nhiệm trong tiêu dùng, chia sẻ thông tin về giá cả, nguồn gốc hàng hóa không mua hàng không rõ nguồn gốc.
- Nhân ái: Biết quan tâm đến tác động của biến động giá cả đối với người tiêu dùng, người sản xuất và đời sống xã hội.

4. Nội dung tích hợp

- Tích hợp phòng chống tham nhũng
- [1.1.NC1b] Tìm kiếm thông tin đơn giản về giá cả, lượng cung ứng hoặc nhu cầu mua sắm của một hàng hóa quen thuộc.
- [AI.NLc] Sử dụng AI để gợi ý ví dụ, dàn ý hoặc cách trình bày ngắn về tình huống cung – cầu.

II. THIẾT BỊ GIÁO DỤC VÀ HỌC LIỆU

1. Thiết bị

- Máy tính, máy chiếu hoặc ti vi.
- Bảng phụ, giấy A0/A3 hoặc bảng nhóm nhỏ.

- Phiếu học tập in sẵn.
- Thiết bị học tập có kết nối Internet nếu nhà trường cho phép.

2. Học liệu

- SGK Giáo dục kinh tế và pháp luật 11, bộ Kết nối tri thức với cuộc sống.
- Thông tin, trường hợp trong SGK: hàng hóa trước và sau Tết Nguyên đán; cơ sở sản xuất bánh trung thu của bác B; thị trường thịt lợn năm 2022; nhu cầu mua bánh trung thu, nhu cầu mua thịt lợn; thị trường bánh trung thu, thị trường thịt lợn năm 2019; hàng hóa dịp Tết Nguyên đán; bài tập luyện tập và vận dụng trong SGK.
- Phiếu học tập và bảng tiêu chí đánh giá.

TIẾT 1. CUNG, CẦU VÀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CUNG, CẦU

III. TIỀN TRÌNH DẠY HỌC

HOẠT ĐỘNG 1. MỞ ĐẦU: Hàng hóa trước và sau Tết Nguyên đán

Thời gian: 5 phút.

Phương pháp/kỹ thuật: Quan sát thông tin, hỏi – đáp, trình bày ý kiến cá nhân.

Hình thức tổ chức: Cá nhân, cả lớp.

a) Mục tiêu

- Giúp học sinh nhận biết được sự thay đổi về lượng hàng hóa cung ứng trên thị trường vào thời điểm trước và sau Tết Nguyên đán;
- Xác định được vấn đề cần tìm hiểu là cung, cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cung, cầu.

b) Nội dung

- Học sinh xem video và đọc thông tin mở đầu trong SGK về lượng hàng hóa ở các khu chợ, trung tâm mua sắm gần sát và sau Tết Nguyên đán.
- Học sinh trả lời:
 - + Lượng hàng hóa được cung ứng trên thị trường những ngày gần sát Tết Nguyên đán có gì khác so với sau Tết?
 - + Vì sao có hiện tượng đó?
 - + Sự thay đổi này liên quan đến quyết định của chủ thể sản xuất, kinh doanh như thế nào?

c) Sản phẩm

- Gần Tết, hàng hóa được cung ứng nhiều hơn, chủng loại phong phú, mẫu mã đa dạng.
- Sau Tết, lượng hàng hóa ít hơn.
- Nguyên nhân là nhu cầu mua sắm trước Tết tăng cao, các chủ thể sản xuất kinh doanh chuẩn bị nhiều hàng hóa để đáp ứng nhu cầu; sau Tết nhu cầu giảm nên lượng hàng hóa cung ứng cũng giảm.
- Người sản xuất kinh doanh căn cứ vào nhu cầu thị trường để quyết định lượng hàng hóa cung ứng.

d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ: Giáo viên yêu cầu học sinh đọc thông tin mở đầu trong SGK, suy nghĩ và trả lời các câu hỏi nêu trên.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ: Học sinh làm việc cá nhân, ghi nhanh ý kiến vào vở.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận: Một số học sinh lần lượt trình bày ý kiến. Học sinh khác nhận xét, bổ sung.

Bước 4. Kết luận, nhận định:

Giáo viên nhận xét, bổ sung và định hướng vấn đề: lượng hàng hóa cung ứng và nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng thay đổi theo thời điểm. Sự thay đổi đó tác động đến giá cả và quyết định của các chủ thể kinh tế. Để hiểu hiện tượng này, học sinh cần tìm hiểu khái niệm cung, cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cung, cầu.

HOẠT ĐỘNG 2. HÌNH THÀNH KIẾN THỨC MỚI:

Tìm hiểu cung, cầu và các nhân tố ảnh hưởng

Thời gian: 30 phút.

Phương pháp/kĩ thuật: Nghiên cứu trường hợp, thảo luận nhóm tại chỗ, hoàn thành phiếu học tập, trình bày một phút.

Hình thức tổ chức: Nhóm nhỏ, cả lớp.

a) Mục tiêu

Học sinh nêu được khái niệm cung, cầu; xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến cung, cầu từ các thông tin trong SGK; giải thích được sự thay đổi cung, cầu trong các trường hợp cụ thể.

b) Nội dung

Học sinh đọc mục 1. Cung và các nhân tố ảnh hưởng đến cung và mục 2. Cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cầu trong SGK. Nhiệm vụ học tập:

Nhóm A: Tìm hiểu trường hợp cơ sở bánh trung thu của bác B.

Nhóm B: Tìm hiểu thông tin thị trường thịt lợn năm 2022.

Nhóm C: Tìm hiểu thông tin nhu cầu mua bánh trung thu.

Nhóm D: Tìm hiểu thông tin nhu cầu mua thịt lợn và hàng hóa thay thế.

c) Sản phẩm

- Cung là số lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu của thị trường với mức giá được xác định trong khoảng thời gian nhất định.
- Lượng cung chịu ảnh hưởng bởi: giá cả các yếu tố đầu vào để sản xuất hàng hóa, dịch vụ; kì vọng của chủ thể sản xuất kinh doanh; giá bán sản phẩm; số lượng chủ thể tham gia cung ứng,...
- Cầu là lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng sẵn sàng mua với một mức giá nhất định trong khoảng thời gian xác định.
- Lượng cầu chịu ảnh hưởng bởi: giá cả hàng hóa, dịch vụ; thu nhập; thị hiếu, sở thích của người tiêu dùng; giá cả hàng hóa, dịch vụ thay thế; kì vọng, dự đoán của người tiêu dùng,...

d) Tổ chức thực hiện.

Hoạt động của giáo viên và học sinh	Nội dung kiến thức cần đạt
Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ - Giáo viên chia lớp thành 4 nhóm tại chỗ, giao phiếu học tập theo từng thông tin SGK. + Nhóm A: Đọc trường hợp cơ sở bánh trung thu của bác B. Xác định lượng bánh cung ứng thay đổi như thế nào; các yếu tố làm bác B phải tính toán lại sản lượng; sự xuất hiện bánh trung thu ngoại không rõ nguồn gốc giá rẻ ảnh hưởng gì đến quyết định sản xuất. + Nhóm B: Đọc thông tin thị trường thịt lợn năm 2022. Xác định nhu cầu thịt lợn thay đổi ra sao; nguồn cung đã đáp ứng đủ hay chưa;	1. Cung và các nhân tố ảnh hưởng đến cung - Cung là số lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu của thị trường với mức giá được xác định trong khoảng thời gian nhất định. - Lượng cung chịu ảnh hưởng bởi giá cả các yếu tố đầu vào, kì vọng của chủ thể sản xuất kinh doanh, giá bán sản phẩm, số lượng chủ thể tham gia cung ứng,... 2. Cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cầu

giá thịt lợn cao và chính sách cắt giảm nhập khẩu tác động thế nào đến người chăn nuôi.
+ Nhóm C: Đọc thông tin nhu cầu mua bánh trung thu. Xác định nhu cầu của khách hàng đa dạng ở những điểm nào; thu nhập chưa ổn định và giá bánh tăng ảnh hưởng thế nào đến lượng bánh tiêu thụ; kì vọng giảm giá sau rằm tháng Tám ảnh hưởng ra sao đến quyết định mua.

+ Nhóm D: Đọc thông tin nhu cầu mua thịt lợn. Xác định vì sao khi giá thịt lợn cao, người tiêu dùng chuyển sang cá, thịt gà, trứng; nhân tố nào ảnh hưởng đến cầu trong trường hợp này.

- Tích hợp năng lực số – địa chỉ mục 1, 2 SGK:

+ Học sinh có thiết bị được phép tìm nhanh một ví dụ về hàng hóa quen thuộc có lượng cung hoặc lượng cầu thay đổi theo thời điểm.
Mã: [1.1.NC1b]

+ Phương án không dùng điện thoại: Học sinh sử dụng ví dụ từ SGK và kinh nghiệm thực tế; phân tìm kiếm thực hiện ở nhà.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ

- Học sinh đọc thông tin SGK, trao đổi trong nhóm, hoàn thành phiếu học tập. Nhóm trưởng điều hành, thư kí ghi kết quả.

- Giáo viên quan sát, hỗ trợ bằng câu hỏi gợi mở:

+ Chi tiết nào cho thấy lượng bánh trung thu của bác B giảm so với thường lệ?

+ Giá nhân công, nguyên liệu, phí vận chuyển tăng tác động thế nào đến cung?

+ Vì sao nhu cầu bánh trung thu của khách hàng được xem là ngày càng đa dạng?

+ Vì sao giá thịt lợn cao làm người tiêu dùng chuyển sang cá, thịt gà, trứng?

- Tích hợp AI – địa chỉ mục 1, 2 SGK: Học sinh được hướng dẫn dùng AI để gợi ý thêm ví dụ tương tự nhưng không dùng AI để thay thế câu trả lời SGK.

Câu gợi ý: “Hãy nêu một ví dụ gần gũi về nhân tố làm thay đổi cung hoặc cầu của một hàng hóa. Trình bày ngắn gọn nguyên nhân.”

Mã: [AI.NLc], [AI.NLd].

- Phương án không dùng điện thoại: Giáo viên cung cấp sẵn ví dụ bổ sung; nhiệm vụ dùng AI chuyển thành hoạt động tự học ở nhà.

- Cầu là lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng sẵn sàng mua với một mức giá nhất định trong khoảng thời gian xác định.

- Lượng cầu chịu ảnh hưởng bởi giá cả hàng hóa, dịch vụ; thu nhập; thị hiếu, sở thích; giá cả hàng hóa, dịch vụ thay thế; kì vọng, dự đoán của người tiêu dùng,...

CUNG, CẦU VÀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG



Bước 3. Báo cáo, thảo luận - Đại diện từng nhóm trình bày kết quả trong 1 – 2 phút. - Học sinh khác nhận xét, bổ sung. Giáo viên yêu cầu học sinh nêu rõ căn cứ trong thông tin SGK khi trả lời. - Học sinh trình bày được: NHÓM A. Cung ứng bánh trung thu của bác B giảm do chi phí đầu vào tăng, có cạnh tranh từ bánh không rõ nguồn gốc giá rẻ, kì vọng sau rằm khó tiêu thụ. NHÓM B. Lượng cung thịt lợn chịu tác động bởi nhu cầu tăng, nguồn cung phục hồi chưa đủ, giá cao, chính sách nhập khẩu, động lực tái đàn. NHÓM C. Cầu về bánh trung thu chịu tác động bởi thị hiếu, mục đích mua, thu nhập, giá cả, kì vọng giảm giá. NHÓM D. Cầu về thịt lợn chịu tác động bởi giá cao, thu nhập hạn chế, hàng hóa thay thế. Bước 4. Kết luận, nhận định Giáo viên nhận xét, bổ sung và chốt kiến thức theo đúng đề mục SGK. Giáo viên nhấn mạnh: - Không phải toàn bộ sản phẩm được sản xuất ra đều là cung nếu chủ thể không sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu thị trường với mức giá xác định. - Không phải mọi mong muốn mua hàng đều là cầu nếu người tiêu dùng không sẵn sàng mua với mức giá xác định.	
---	--

HOẠT ĐỘNG 3. LUYỆN TẬP: Đồng tình hay không đồng tình?

Thời gian: 8 phút.

Phương pháp/kỹ thuật: Suy nghĩ cá nhân, trao đổi cặp đôi, giải thích căn cứ.

Hình thức tổ chức: Cá nhân, cặp đôi, cả lớp.

a) Mục tiêu. Học sinh củng cố khái niệm cung, cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cung, cầu; giải thích được vì sao đồng tình hoặc không đồng tình với từng ý kiến trong bài tập SGK.

b) Nội dung. Học sinh thực hiện bài tập 1 trong SGK:

- Mọi nhu cầu tiêu dùng của người dân đều được coi là cầu.
- Toàn bộ sản phẩm được sản xuất ra trong nền kinh tế đều được coi là cung.
- Giá điện tăng làm ảnh hưởng đến lượng cầu về các sản phẩm sử dụng điện.
- Chính phủ tăng lương cho những người làm việc trong các cơ quan nhà nước sẽ góp phần làm tăng cầu.

c) Sản phẩm

- Không đồng tình. Vì cầu là lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng sẵn sàng mua với một mức giá nhất định trong khoảng thời gian xác định.
- Không đồng tình. Vì cung là số lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu thị trường với mức giá được xác định trong khoảng thời gian nhất định.
- Đồng tình. Vì giá điện tăng có thể ảnh hưởng đến lượng cầu về các sản phẩm sử dụng điện.

d. Đồng tình. Vì thu nhập tăng có thể góp phần làm tăng khả năng mua hàng hóa, dịch vụ.

d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ

- Giáo viên yêu cầu học sinh làm bài tập 1 trong SGK.
- Mỗi học sinh ghi lựa chọn đồng tình hoặc không đồng tình và giải thích ngắn gọn.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ

- Học sinh làm việc cá nhân trong 3 phút, sau đó trao đổi cặp đôi để chỉnh sửa cách giải thích.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận

Một số học sinh lần lượt trình bày. Học sinh khác nhận xét, bổ sung. Giáo viên yêu cầu học sinh nêu căn cứ từ khái niệm SGK.

Bước 4. Kết luận, nhận định

- Giáo viên nhận xét, bổ sung, chốt đáp án.
- Giáo viên nhấn mạnh điểm dễ nhầm: “nhu cầu” khác “cầu”; “sản phẩm được sản xuất ra” khác “cung trên thị trường”.

HOẠT ĐỘNG 4. VẬN DỤNG: Quan sát một hàng hóa quen thuộc

Thời gian: 2 phút giao nhiệm vụ ngoài giờ lên lớp.

Hình thức tổ chức: Cá nhân.

a) Mục tiêu

Học sinh vận dụng kiến thức về cung, cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cung, cầu để quan sát một hiện tượng thị trường gần gũi.

b) Nội dung

Học sinh chọn một hàng hóa quen thuộc như bánh trung thu, thịt lợn, rau xanh, sách vở đầu năm học, đồ uống, hàng hóa dịp Tết. Học sinh hoàn thành bảng:

**PHIẾU HỌC TẬP**

HOẠT ĐỘNG 4. VẬN DỤNG:
QUAN SÁT MỘT HÀNG HÓA QUEN THUỘC



**HÌNH THỨC TỔ CHỨC:** Cá nhân.

**NHIỆM VỤ:** Học sinh chọn một hàng hóa quen thuộc như bánh trung thu, thịt lợn, rau xanh, sách vở đầu năm học, đồ uống, hàng hóa dịp Tết. Học sinh hoàn thành bảng:

GỢI Ý HÀNG HÓA:
 Bánh trung thu
 Thịt lợn
 Rau xanh
 Sách vở đầu năm học
 Đồ uống
 Hàng hóa dịp Tết

HÀNG HÓA ĐƯỢC QUAN SÁT	BIỂU HIỆN THAY ĐỔI VỀ CUNG HOẶC CẦU	NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG	NHẬN XÉT CỦA HỌC SINH

c) Sản phẩm

Bảng quan sát ngắn trong vở hoặc trên giấy A4.

d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ: Giáo viên giao nhiệm vụ quan sát một hàng hóa quen thuộc và hoàn thành bảng.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ: Học sinh thực hiện ở nhà. Học sinh có thể hỏi người thân, quan sát tại cửa hàng, chợ, siêu thị hoặc tìm thông tin đơn giản.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận: Đầu tiết 2, một số học sinh trình bày nhanh kết quả.

Bước 4. Kết luận, nhận định: Giáo viên sử dụng sản phẩm của học sinh để kết nối sang nội dung mối quan hệ cung – cầu.

TIẾT 2. MỐI QUAN HỆ CUNG – CẦU VÀ VAI TRÒ CỦA QUAN HỆ CUNG – CẦU

III. TIẾN TRÌNH DẠY HỌC:

HOẠT ĐỘNG 1. MỞ ĐẦU: Từ sản phẩm quan sát đến quan hệ cung – cầu

Thời gian: 5 phút.

Phương pháp/kỹ thuật: Chia sẻ sản phẩm, hỏi – đáp, kết nối kiến thức.

Hình thức tổ chức: Cá nhân, cả lớp.

Học sinh xem video và trả lời câu hỏi, sau đó chia sẻ kết quả quan sát một hàng hóa quen thuộc đã thực hiện ở nhà theo các câu hỏi:

- Hàng hóa được quan sát là gì?
- Cung hoặc cầu của hàng hóa đó thay đổi như thế nào?
- Giá cả hoặc quyết định mua bán có thay đổi không?
- Cần tìm hiểu thêm điều gì để giải thích hiện tượng đó đầy đủ hơn?

c) Sản phẩm

Học sinh nêu được một ví dụ thực tế có sự thay đổi về cung, cầu hoặc giá cả; bước đầu nhận ra cần phân tích mối quan hệ giữa cung, cầu và giá cả.

d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ: Giáo viên mời một số học sinh trình bày sản phẩm quan sát đã chuẩn bị.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ: Học sinh rà soát lại sản phẩm, chọn ý chính để trình bày.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận: Học sinh lần lượt trình bày. Học sinh khác nhận xét, bổ sung.

Bước 4. Kết luận, nhận định: Giáo viên nhận xét và định hướng: để giải thích đầy đủ biến động thị trường, cần phân tích cung và cầu tác động qua lại như thế nào, quan hệ này ảnh hưởng ra sao đến giá cả và quyết định của các chủ thể kinh tế.

HOẠT ĐỘNG 2. HÌNH THÀNH KIẾN THỨC MỚI:

Phân tích mối quan hệ cung – cầu và vai trò của quan hệ cung – cầu

Thời gian: 30 phút.

Phương pháp/kỹ thuật: Nghiên cứu trường hợp, thảo luận nhóm tại chỗ, bảng phân tích, trình bày một phút.

Hình thức tổ chức: Nhóm nhỏ, cả lớp.

a) Mục tiêu

Học sinh phân tích được mối quan hệ cung – cầu; nêu được vai trò của quan hệ cung – cầu đối với chủ thể sản xuất kinh doanh, chủ thể tiêu dùng và Nhà nước.

b) Nội dung

Học sinh đọc mục 3. Mối quan hệ cung – cầu và vai trò của quan hệ cung – cầu trong SGK, gồm:

a) Mối quan hệ cung – cầu; b) Vai trò của quan hệ cung – cầu.

c) Sản phẩm

Cung – cầu có mối quan hệ chặt chẽ, tác động, quy định lẫn nhau.

Cầu xác định khối lượng, cơ cấu của cung, như “đơn đặt hàng” của thị trường cho các nhà sản xuất, cung ứng.

Cung tác động đến cầu, kích thích cầu.

Hàng hóa, dịch vụ được cung ứng phù hợp với nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng sẽ được ưa thích, khiến cầu tăng lên.

Quan hệ cung – cầu tác động đến giá cả: cung lớn hơn cầu thì giá giảm; cung nhỏ hơn cầu thì giá tăng; cung bằng cầu thì giá ổn định.

Quan hệ cung – cầu là căn cứ để người sản xuất kinh doanh mở rộng hoặc thu hẹp sản xuất; người tiêu dùng lựa chọn việc mua hàng hóa phù hợp; Nhà nước đưa ra biện pháp, chính sách duy trì cân đối cung – cầu hợp lý, góp phần bình ổn thị trường.

d) Tổ chức thực hiện

Hoạt động của giáo viên và học sinh			Nội dung kiến thức cần đạt
Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ Giáo viên chia lớp thành nhóm nhỏ và giao nhiệm vụ. + <i>Nhóm A:</i> Đọc mục 3a. Mỗi quan hệ cung – cầu, phân tích thị trường bánh trung thu của bác B. Hỏi: Nhu cầu, thị hiếu, sở thích, thu nhập của khách hàng ảnh hưởng thế nào đến quyết định sản xuất loại bánh, số lượng bánh? Việc của hàng cung ứng bánh có hương vị, mẫu mã phù hợp, bán hàng qua mạng tác động thế nào đến cầu? + <i>Nhóm B:</i> Đọc mục 3a. Mỗi quan hệ cung – cầu, phân tích thị trường thịt lợn năm 2019. Hỏi: Nguồn cung thịt lợn giảm mạnh đã tác động thế nào đến giá thịt lợn? Vì sao Chính phủ cần dùng biện pháp thúc đẩy sản xuất, chăn nuôi, tái đàn? + <i>Nhóm C:</i> Đọc mục 3b. Vai trò của quan hệ cung – cầu, phân tích vai trò đối với người sản xuất kinh doanh. Trả lời: Khi cung lớn hơn cầu, giá và quyết định sản xuất thay đổi thế nào? Khi cung nhỏ hơn cầu, giá và quyết định sản xuất thay đổi thế nào? Khi cung bằng cầu, giá cả có xu hướng thế nào?			3. Mỗi quan hệ cung – cầu và vai trò của quan hệ cung – cầu a) Mỗi quan hệ cung – cầu - Cung – cầu có mối quan hệ chặt chẽ, tác động, quy định lẫn nhau. - Cầu xác định khối lượng, cơ cấu của cung, như “đơn đặt hàng” của thị trường cho các nhà sản xuất, cung ứng. - Cung tác động đến cầu, kích thích cầu. - Hàng hóa, dịch vụ được cung ứng phù hợp với nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng sẽ được ưa thích, khiến cầu tăng lên. - Quan hệ cung – cầu tác động đến giá cả: cung lớn hơn cầu thì giá giảm; cung nhỏ hơn cầu thì giá tăng; cung bằng cầu thì giá ổn định.
Trạng thái cung – cầu	Xu hướng giá cả	Quyết định của người sản xuất kinh doanh	
Cung lớn hơn cầu	Giá giảm	Hạ giá, bán hết sản phẩm, cân nhắc thu hẹp sản xuất hoặc điều chỉnh sản lượng.	
Cung nhỏ hơn cầu	Giá tăng	Có thể mở rộng sản xuất, tăng cung để đáp ứng nhu cầu, nhưng cần tính toán rủi ro.	
Cung bằng cầu	Giá ổn định	Duy trì mức sản lượng ổn định và giá bán trung bình.	
+ <i>Nhóm D:</i> Đọc mục 3b. Vai trò của quan hệ cung – cầu, phân tích vai trò đối với người tiêu dùng và Nhà nước. Trả lời: Người tiêu dùng nên mua hàng hóa khi cung – cầu ở trạng thái nào? Nhà nước dựa vào quan hệ cung – cầu để thực hiện nhiệm vụ gì?			b) Vai trò của quan hệ cung – cầu - Quan hệ cung – cầu là căn cứ để người sản xuất kinh doanh mở rộng hoặc thu hẹp sản xuất; - Người tiêu dùng lựa chọn việc mua hàng hóa phù hợp; - Nhà nước đưa ra biện pháp, chính sách

Chủ thể	Vai trò của quan hệ cung – cầu	Quyết định phù hợp	duy trì cân đối cung – cầu hợp lý, góp phần bình ổn thị trường.
Người tiêu dùng	Là căn cứ giúp lựa chọn việc mua hàng hóa phù hợp.	Nên mua khi cung lớn hơn cầu, giá giảm; cân nhắc khi cung nhỏ hơn cầu, giá tăng.	
Nhà nước	Là cơ sở để đưa ra biện pháp, chính sách duy trì cân đối cung – cầu hợp lý.	Bình ổn thị trường, bảo vệ người tiêu dùng, hỗ trợ sản xuất và lưu thông hàng hóa khi cần thiết.	

Tích hợp năng lực số – địa chỉ mục 3b SGK: - Học sinh có thiết bị được phép tìm nhanh một ví dụ về chính sách hoặc hoạt động chuẩn bị hàng hóa dịp Tết để góp phần bình ổn thị trường.

Mã: [1.1.NC1b]

- Phương án không dùng điện thoại: Giáo viên sử dụng thông tin SGK về việc doanh nghiệp, siêu thị, cơ sở sản xuất kinh doanh chủ động chuẩn bị nguồn hàng dịp Tết.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ

- Học sinh đọc thông tin, trao đổi nhóm, hoàn thành bảng phân tích.
- Giáo viên quan sát, hỗ trợ bằng câu hỏi gợi mở:
 - + Dữ kiện nào cho thấy cầu xác định khối lượng, cơ cấu của cung?
 - + Dữ kiện nào cho thấy cung tác động đến cầu, kích thích cầu?
 - + Khi cung không đủ cầu, vì sao giá có thể tăng?
 - + Khi cung lớn hơn cầu, vì sao người sản xuất có thể phải hạ giá hoặc thu hẹp sản xuất?
- Tích hợp AI – địa chỉ mục 3a, 3b SGK: Học sinh có thể dùng AI để kiểm tra dàn ý phân tích nhưng phải đối chiếu với SGK.

Câu gợi ý: “Hãy gợi ý dàn ý phân tích quan hệ cung – cầu trong trường hợp nguồn cung thịt lợn giảm mạnh, không đáp ứng nhu cầu thị trường. Trình bày theo các ý: cung, cầu, giá cả, quyết định của Nhà nước.”

Mã: [AI.NLC]

- Phương án không dùng điện thoại: Học sinh phân tích theo phiếu học tập; hoạt động AI chuyển thành nhiệm vụ ở nhà.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận

- Đại diện nhóm trình bày kết quả.
- Học sinh khác nhận xét, bổ sung.
- Giáo viên yêu cầu học sinh nêu rõ căn cứ từ trường hợp SGK.

Học sinh trình bày được:

- Cầu xác định khối lượng, cơ cấu của cung. - Cung tác động đến cầu, kích thích cầu. - Quan hệ cung – cầu ảnh hưởng đến giá cả và quyết định của chủ thể sản xuất kinh doanh, chủ thể tiêu dùng, Nhà nước. Bước 4. Kết luận, nhận định - Giáo viên nhận xét, bổ sung và chốt kiến thức theo mục 3a, 3b SGK. - Giáo viên nhấn mạnh: Cung và cầu có mối quan hệ chặt chẽ, tác động, quy định lẫn nhau. Cầu xác định khối lượng, cơ cấu của cung, còn cung phù hợp có thể tác động và kích thích cầu. Quan hệ cung – cầu ảnh hưởng trực tiếp đến giá cả thị trường và là căn cứ để người sản xuất kinh doanh, người tiêu dùng và Nhà nước đưa ra quyết định phù hợp. Tích hợp phòng, chống tham nhũng và quyền con người – địa chỉ mục Vai trò của Nhà nước: Giáo viên cung cấp cho học sinh một số thông tin liên quan đến vai trò quản lý của nhà nước trong điều hành quan hệ cung cầu. Khi Nhà nước thực hiện chính sách bình ổn thị trường, việc công khai, minh bạch thông tin, thực hiện đúng chính sách góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và hạn chế trục lợi. Nhiều cán bộ cơ quan chức năng đã có hành vi nhận hối lộ, tham nhũng để bỏ qua những vi phạm cho các doanh nghiệp làm ăn phi pháp từ đó gây ảnh hưởng đến sự phát triển bình thường của mối quan hệ cung cầu.	
--	--

HOẠT ĐỘNG 3. LUYỆN TẬP: Phân tích tác động đến quyết định của chủ thể kinh tế

Thời gian: 8 phút.

Phương pháp/kỹ thuật: Làm việc cá nhân, trao đổi cặp đôi, trình bày ý kiến.

Hình thức tổ chức: Cá nhân, cặp đôi, cả lớp.

a) Mục tiêu

Học sinh củng cố kiến thức về mối quan hệ cung – cầu và vai trò của quan hệ cung – cầu thông qua phân tích trường hợp cụ thể trong SGK.

b) Nội dung

Học sinh thực hiện một phần bài tập 2 trong SGK:

- Những ngày giáp Tết năm ngoái, giá các loại rau tăng rất mạnh. Năm nay, bà G dự định sẽ trồng thật nhiều rau để đến gần Tết mới đem ra chợ bán.
- Giá ga tăng cao khiến một số người chuyển từ sử dụng bếp ga sang bếp từ.

c) Sản phẩm

Trường hợp a: Dịp giáp Tết, cầu về rau có thể tăng, giá rau tăng. Bà G dự định trồng nhiều rau để bán gần Tết vì kì vọng giá cao. Tuy nhiên, cần cân nhắc nếu nhiều người cùng trồng rau thì cung tăng, giá có thể giảm. Bà G cần khảo sát nhu cầu thị trường, chi phí và khả năng tiêu thụ.

Trường hợp b: Giá ga tăng làm người tiêu dùng cân nhắc chi phí sử dụng bếp ga và chuyển sang bếp từ. Đây là biểu hiện người tiêu dùng lựa chọn hàng hóa, dịch vụ thay thế khi giá cả thay đổi.

d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ

- Giáo viên yêu cầu học sinh phân tích hai trường hợp a, b của bài tập 2 SGK theo gợi ý
- + Hàng hóa hoặc dịch vụ trong tình huống là gì?
- + Cung hoặc cầu thay đổi như thế nào?
- + Giá cả hoặc quyết định của chủ thể thay đổi ra sao?
- + Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ

- Học sinh thực hành vận dụng mục 3a, 3b SGK vào tình huống cụ thể.
- Học sinh làm việc cá nhân, sau đó trao đổi với bạn bên cạnh để bổ sung cách giải thích. Nhận xét về quyết định của chủ thể trong tình huống.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận

Một số học sinh trình bày. Học sinh khác nhận xét, bổ sung

Bước 4. Kết luận, nhận định

Giáo viên nhận xét, bổ sung, chốt ý.

Giáo viên nhấn mạnh: quan hệ cung – cầu là căn cứ để người sản xuất kinh doanh và người tiêu dùng đưa ra quyết định phù hợp.

HOẠT ĐỘNG 4. VẬN DỤNG: Nhận xét một quyết định sản xuất hoặc tiêu dùng

Hình thức tổ chức: Cá nhân.

Nội dung: Học sinh lựa chọn một trong hai nhiệm vụ:

- Nhận xét một quyết định sản xuất, kinh doanh của gia đình hoặc địa phương có liên quan đến cung – cầu.
 - Nhận xét một quyết định mua sắm của bản thân hoặc người thân khi giá hàng hóa thay đổi.
- > Yêu cầu bài viết ngắn: nêu hàng hóa, dịch vụ được nhắc đến; chỉ ra cung hoặc cầu thay đổi; phân tích tác động đến giá cả hoặc quyết định của chủ thể; nêu nhận xét hoặc bài học.

Đoạn viết 8 – 10 dòng trong vở.

d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ: Giáo viên giao nhiệm vụ viết đoạn ngắn.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ: Học sinh thực hiện ở nhà.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận: Đầu tiết 3, một số học sinh trình bày sản phẩm.

Bước 4. Kết luận, nhận định: Giáo viên nhận xét, lựa chọn một số tình huống phù hợp để kết nối với hoạt động luyện tập, vận dụng ở tiết 3.

TIẾT 3. LUYỆN TẬP, VẬN DỤNG QUAN HỆ CUNG – CẦU

III. TIẾN TRÌNH DẠY HỌC

HOẠT ĐỘNG 1. MỞ ĐẦU: Một quyết định sản xuất hoặc tiêu dùng

Thời gian: 5 phút.

Phương pháp/kỹ thuật: Chia sẻ sản phẩm, hỏi – đáp, kết nối nhiệm vụ.

Hình thức tổ chức: Cá nhân, cả lớp.

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ: Giáo viên mời một số học sinh trình bày sản phẩm đã chuẩn bị.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ: Học sinh rà soát lại sản phẩm, chọn ý chính để trình bày.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận: Học sinh lần lượt trình bày. Học sinh khác nhận xét theo tiêu chí: có tình huống, có phân tích cung – cầu, có nhận xét hoặc bài học.

Bước 4. Kết luận, nhận định: Giáo viên nhận xét và chuyển sang hoạt động hệ thống hóa cách phân tích tình huống cung – cầu.

HOẠT ĐỘNG 2. HÌNH THÀNH KĨ NĂNG VẬN DỤNG

Quy trình phân tích một tình huống cung – cầu

Thời gian: 10 phút.

Hình thức tổ chức: Cá nhân, cặp đôi.

Học sinh hình thành được quy trình phân tích tình huống cung – cầu để thực hiện các bài luyện tập và vận dụng.

Học sinh hoàn thành bảng quy trình phân tích tình huống cung – cầu.



c) Sản phẩm



d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ

- Giáo viên yêu cầu học sinh hoàn thành bảng quy trình phân tích tình huống cung – cầu.
- Tích hợp năng lực số – địa chỉ luyện tập, vận dụng SGK:
- + Học sinh có thiết bị được phép tạo bảng quy trình trên điện thoại hoặc máy tính bảng; học sinh không có thiết bị hoàn thành trên giấy.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ

Học sinh làm việc cá nhân, sau đó trao đổi cặp đôi để chỉnh sửa bảng.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận

Một số học sinh trình bày quy trình. Học sinh khác bổ sung.

Bước 4. Kết luận, nhận định

- Giáo viên nhận xét, bổ sung và nhấn mạnh: phân tích quan hệ cung – cầu không dừng ở việc gọi tên cung hoặc cầu, mà cần chỉ ra tác động đến giá cả và quyết định của chủ thể kinh tế.

HOẠT ĐỘNG 3. LUYỆN TẬP: Phân tích tình huống và đưa ra lời khuyên

a) Mục tiêu

Học sinh phân tích được quan hệ cung – cầu trong các trường hợp cụ thể; cho biết quan hệ này tác động đến quyết định của các chủ thể kinh tế; đưa ra được lời khuyên phù hợp cho nhân vật trong tình huống.

b) Nội dung

Học sinh thực hiện bài tập 2 và bài tập 3 trong SGK.

PHIẾU HỌC TẬP				
BÀI: QUY LUẬT CUNG – CẦU VÀ VẬN DỤNG VÀO THỰC TIỄN				
Tình huống	Hàng hóa/dịch vụ	Cung hoặc cầu thay đổi	Tác động đến giá cả/quyết định	Nhận xét hoặc lời khuyên
Rau giáp Tết				
Giá ga tăng				
Hợp tác xã trồng rau trái vụ				
Bão gây thiệt hại hoa màu				
Chị N định chuyển sang nuôi ba ba				
Bạn M muốn mua thật nhiều hàng khuyến mại				

c) Sản phẩm



d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ

Giáo viên giao phiếu luyện tập.

Mỗi cặp đôi hoặc nhóm nhỏ tại chỗ nhận một trường hợp trong bài tập 2 và một trường hợp trong bài tập 3.

Học sinh phân tích theo 5 ý:

- + Hàng hóa, dịch vụ trong tình huống.
- + Cung hoặc cầu thay đổi.
- + Giá cả hoặc quyết định của chủ thể thay đổi.
- + Căn cứ từ quan hệ cung – cầu.
- Nhận xét hoặc lời khuyên phù hợp.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ

- Học sinh đọc tình huống, trao đổi và hoàn thành phiếu.

Giáo viên quan sát, hỗ trợ bằng câu hỏi:

- Quyết định của nhân vật dựa trên kì vọng nào về cung – cầu?
- Nếu nhiều người cùng có quyết định giống nhân vật, cung có thể thay đổi thế nào?
- Người tiêu dùng có nên mua nhiều hàng hóa chỉ vì khuyến mại không? Vì sao?

Bước 3. Báo cáo, thảo luận

Đại diện cặp đôi/nhóm trình bày.

Học sinh khác nhận xét theo tiêu chí: xác định đúng hàng hóa; phân tích đúng cung/cầu; giải thích được tác động; đưa ra lời khuyên phù hợp.

Bước 4. Kết luận, nhận định

- Giáo viên nhận xét, bổ sung và chốt ý.
- Giáo viên nhấn mạnh: khi ra quyết định sản xuất, kinh doanh hoặc tiêu dùng, cần phân tích cung – cầu, giá cả, chi phí, thu nhập, hàng hóa thay thế và kì vọng thị trường.

Tích hợp đạo đức, lối sống và phòng, chống tác hại thuốc lá – địa chỉ bài tập 3b: Khi mua hàng khuyến mại, người tiêu dùng cần cân nhắc nhu cầu thật, chất lượng, tác động đến sức khỏe; không vì giá rẻ mà mua hàng hóa có hại cho sức khỏe.

PHẦN TRẮC NGHIỆM

Câu 1. Nội dung nào sau đây mô tả đúng khái niệm cung?

- A.** Số lượng hàng hóa, dịch vụ được sản xuất trong một khoảng thời gian nhất định.
- B.** Số lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng ở mức giá xác định trong một khoảng thời gian nhất định.
- C.** Số lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng mong muốn mua trong một khoảng thời gian nhất định.
- D.** Số lượng hàng hóa, dịch vụ đang được lưu giữ trong kho tại một thời điểm nhất định.

Câu 2. Giá nguyên liệu, tiền công và chi phí vận chuyển cùng tăng khiến một cơ sở sản xuất bánh phải giảm số lượng bánh cung ứng ra thị trường. Lượng cung bánh chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi nhân tố nào?

- A.** Giá cả các yếu tố đầu vào.
- B.** Thu nhập của người tiêu dùng.
- C.** Thị hiếu của người tiêu dùng.
- D.** Giá cả của hàng hóa thay thế.

Câu 3. Khi giá thịt lợn tăng cao, một số người tiêu dùng chuyển sang mua cá, thịt gà và trứng. Lượng cầu trong trường hợp này chủ yếu chịu ảnh hưởng bởi nhân tố nào?

- A.** Giá cả các yếu tố đầu vào.
- B.** Số lượng chủ thể tham gia cung ứng.
- C.** Kỳ vọng của chủ thể sản xuất kinh doanh.
- D.** Giá cả của những hàng hóa có thể thay thế.

Câu 4. Một cửa hàng bánh trung thu sản xuất thêm nhiều loại bánh có hương vị, mẫu mã phù hợp với thị hiếu khách hàng và tổ chức bán hàng qua mạng nên số lượng bánh bán ra tăng. Trường hợp này thể hiện nội dung nào?

- A.** Cầu xác định khối lượng và cơ cấu của cung.
- B.** Cung phù hợp có thể tác động, kích thích cầu.
- C.** Cung lớn hơn cầu luôn làm giá cả tăng lên.
- D.** Cung bằng cầu làm hoạt động sản xuất dừng lại.

Câu 5. Giáp Tết năm trước, giá rau tăng cao. Năm nay, bà G dự định mở rộng diện tích trồng rau để bán vào dịp Tết. Quyết định nào sau đây phù hợp nhất với quan hệ cung – cầu?

- A.** Mở rộng tối đa diện tích vì giá rau năm trước đã tăng cao.
- B.** Khảo sát nhu cầu, lượng cung, chi phí và đầu ra trước khi mở rộng.
- C.** Giữ toàn bộ rau đến khi giá đạt mức cao nhất mới đưa ra bán.
- D.** Trồng theo số lượng của các hộ khác mà không cần tính toán thị trường.

Câu 6. Câu đúng sai

Độc tình huống: Năm 2019, dịch tả lợn châu Phi khiến nguồn cung thịt lợn giảm mạnh, không đáp ứng đủ nhu cầu thị trường và giá thịt lợn tăng cao. Chính phủ thực hiện nhiều biện pháp thúc đẩy sản xuất, chăn nuôi, tái đàn.

- a)** Dịch bệnh làm nguồn cung thịt lợn trên thị trường giảm.

- b) Nguồn cung thịt lợn nhỏ hơn cầu là nguyên nhân làm giá thịt lợn giảm.
- c) Thúc đẩy chăn nuôi và tái đàn góp phần tăng cung, đáp ứng nhu cầu và bình ổn thị trường.
- d) Khi cung thịt lợn nhỏ hơn cầu và giá tăng, người tiêu dùng nên tăng lượng mua để tiết kiệm chi phí.

Câu 7. Chọn đáp án đúng, sai ở các nhận định sau

Đọc tình huống: Vào dịp Tết Nguyên đán, nhu cầu mua sắm tăng cao. Doanh nghiệp, siêu thị và cơ sở kinh doanh chủ động chuẩn bị nguồn hàng dồi dào, mẫu mã phong phú để đáp ứng nhu cầu nên giá cả ít biến động.

- a) Nhu cầu mua sắm dịp Tết là căn cứ để chủ thể kinh doanh quyết định lượng hàng hóa cung ứng.
- b) Chuẩn bị nguồn hàng dồi dào có thể góp phần đáp ứng nhu cầu và hạn chế biến động giá cả.
- c) Hàng hóa được giữ lại để sử dụng và không sẵn sàng bán vẫn được coi là cung trên thị trường.
- d) Chỉ cần cầu tăng là giá hàng hóa chắc chắn tăng mạnh, không phụ thuộc vào lượng cung.

PHẦN II. ĐÁP ÁN VÀ GIẢI THÍCH

Câu 1. Đáp án: B

Giải thích: Cung là số lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu thị trường với mức giá được xác định trong khoảng thời gian nhất định.

Câu 2. Đáp án: A

Giải thích: Nguyên liệu, tiền công và vận chuyển là các yếu tố đầu vào; khi chi phí đầu vào tăng, lượng cung có thể giảm.

Câu 3. Đáp án: D

Giải thích: Cá, thịt gà, trứng là hàng hóa thay thế thịt lợn; giá hàng hóa thay thế ảnh hưởng đến lượng cầu.

Câu 4. Đáp án: B

Giải thích: Hàng hóa được cung ứng phù hợp với nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng sẽ được ưa thích, khiến cầu tăng lên.

Câu 5. Đáp án: B

Giải thích: Cần căn cứ vào nhu cầu, lượng cung dự kiến, chi phí và khả năng tiêu thụ. Nếu nhiều người cùng tăng sản xuất, cung tăng có thể làm giá giảm.

Câu 6. Đáp án: a Đúng; b Sai; c Đúng; d Sai

Giải thích: Khi cung nhỏ hơn cầu, giá có xu hướng tăng. Nhà nước có thể đưa ra chính sách tăng cung để bình ổn thị trường; người tiêu dùng cần cân nhắc nhu cầu và lựa chọn phù hợp.

Câu 7. Đáp án: a Đúng; b Đúng; c Sai; d Sai

Giải thích: Cung là lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu thị trường với mức giá xác định. Giá cả phụ thuộc quan hệ giữa cung và cầu.

HOẠT ĐỘNG 4. VẬN DỤNG: Viết bài kể về trải nghiệm phân tích quan hệ cung – cầu khi mua sắm

Thời gian: 7 phút hướng dẫn và giao nhiệm vụ ngoài giờ lên lớp.

Hình thức tổ chức: Cá nhân.

a) Mục tiêu

Học sinh vận dụng kiến thức, kỹ năng đã học vào thực tiễn cuộc sống; viết được bài kể về một trải nghiệm đã phân tích quan hệ cung – cầu để đưa ra quyết định mua sắm một hàng hóa và rút ra bài học đối với bản thân.

b) Nội dung

Học sinh thực hiện nhiệm vụ vận dụng trong SGK: Viết bài kể về một trải nghiệm đã phân tích quan hệ cung – cầu để đưa ra quyết định mua sắm một hàng hóa và rút ra bài học đối với bản thân. Gợi ý cấu trúc bài viết: hàng hóa định mua là gì; thời điểm mua có đặc điểm gì về cung, cầu, giá cả; bản thân đã cân nhắc những yếu tố nào; quyết định cuối cùng là gì; bài học rút ra là gì.

c) Sản phẩm

Bài viết ngắn khoảng 12 – 15 dòng hoặc một trang vở, có thể trình bày theo đoạn văn hoặc bảng phân tích.

d) Tổ chức thực hiện

Bước 1. Chuyển giao nhiệm vụ: Giáo viên giao nhiệm vụ vận dụng theo đúng SGK. Giáo viên nêu tiêu chí sản phẩm: có trải nghiệm cụ thể; có phân tích cung – cầu; có quyết định mua sắm; có bài học cho bản thân; diễn đạt rõ ràng, trung thực.

Bước 2. Thực hiện nhiệm vụ: Học sinh thực hiện ngoài giờ lên lớp. Mã: [AI.NLc]. Phương án không dùng điện thoại/AI: học sinh viết trực tiếp vào vở theo gợi ý.

Bước 3. Báo cáo, thảo luận: Ở tiết học sau, giáo viên chọn một số bài viết để học sinh trình bày.

Bước 4. Kết luận, nhận định: Giáo viên nhận xét, khuyến khích học sinh vận dụng kiến thức cung – cầu để tiêu dùng thông minh, tránh mua sắm lãng phí hoặc chạy theo khuyến mại, thị hiếu nhất thời.

=====

PHỤ LỤC
PHIẾU HỌC TẬP TIẾT 1

3

HOẠT ĐỘNG 3. LUYỆN TẬP:
ĐỒNG TÌNH HAY KHÔNG ĐỒNG TÌNH?



Thời gian:
8 phút



Phương pháp/kỹ thuật:
Suy nghĩ cá nhân, trao đổi cặp đôi,
giải thích căn cứ.



Hình thức tổ chức:
Cá nhân, cặp đôi, cả lớp.

STT	NỘI DUNG PHÁT BIỂU	ĐỒNG TÌNH	KHÔNG ĐỒNG TÌNH	GIẢI THÍCH CĂN CỨ
a.	Mọi nhu cầu tiêu dùng của người dân đều được coi là cầu.	☐	☐	
b.	Toàn bộ sản phẩm được sản xuất ra trong nền kinh tế đều được coi là cung.	☐	☐	
c.	Giá điện tăng làm ảnh hưởng đến lượng cầu về các sản phẩm sử dụng điện.	☐	☐	
d.	Chính phủ tăng lương cho những người làm việc trong các cơ quan nhà nước sẽ góp phần làm tăng cầu.	☐	☐	

PHIẾU HỌC TẬP TIẾT 2
PHIẾU HỌC TẬP: PHÂN TÍCH MỐI QUAN HỆ CUNG – CẦU

Nội dung phân tích	Thị trường bánh trung thu	Thị trường thịt lợn
Cầu tác động đến cung như thế nào?		
Cung tác động đến cầu như thế nào?		
Giá cả thay đổi ra sao?		
Chủ thể kinh tế cần quyết định điều gì?		

PHIẾU HỌC TẬP: VAI TRÒ CỦA QUAN HỆ CUNG – CẦU

Chủ thể kinh tế	Vai trò của quan hệ cung – cầu	Quyết định phù hợp
Người sản xuất kinh doanh		
Người tiêu dùng		
Nhà nước		

V. PHIẾU HỌC TẬP TIẾT 3

KHBD Bài 2. Cung – cầu trong nền kinh tế thị trường

PHIẾU HỌC TẬP

BÀI: QUY LUẬT CUNG – CẦU VÀ VẬN DỤNG VÀO THỰC TIỄN

Tình huống	Hàng hóa/dịch vụ	Cung hoặc cầu thay đổi	Tác động đến giá cả/quyết định	Nhận xét hoặc lời khuyên
Rau giáp Tết				
Giá ga tăng				
Hợp tác xã trồng rau trái vụ				
Bão gây thiệt hại hoa màu				
Chị N định chuyển sang nuôi ba ba				
Bạn M muốn mua thật nhiều hàng khuyến mại				