

ĐỀ CƯƠNG ÔN TẬP MÔN GDKT&PL - K11XH

Bài 5

- Khái niệm thất nghiệp: là tình trạng tồn tại khi một bộ phận lực lượng lao động muốn làm việc nhưng chưa tìm được việc làm.
- Các loại hình thất nghiệp
 - + Thất nghiệp tạm thời: người lao động thay đổi công việc hoặc chỗ ở...chưa xin được việc làm mới
 - + Thất nghiệp cơ cấu: xuất hiện do sự mất cân đối giữa cung và cầu lao động, sự dịch chuyển cơ cấu giữa các ngành trong nền kinh tế
 - + Thất nghiệp chu kì: xuất hiện do tính chu kì của nền kinh tế bị suy thoái hoặc khủng hoảng
- Hậu quả của thất nghiệp
 - + Người lao động không có thu nhập, đời sống gặp khó khăn
 - + Sức mua giảm sút, các doanh nghiệp bị giảm lợi nhuận
 - + Gây lãng phí lao động xã hội, làm giảm sản lượng của nền kinh tế, dẫn đến suy thoái kinh tế
 - + Là một trong những nguyên nhân cơ bản làm xuất hiện các tệ nạn xã hội.
- Vai trò của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp
 - + Ban hành chính sách thu hút đầu tư; mở rộng sản xuất; phát triển hệ thống dạy nghề, dịch vụ việc làm; bảo hiểm thất nghiệp; xuất khẩu lao động...

Bài 6

- Khái niệm lạm phát là tình trạng mức giá chung của nền kinh tế tăng lên trong một khoảng thời gian nhất định.
- Các loại hình lạm phát
 - + Lạm phát vừa phải: giá trị đồng tiền ổn định, không gây hậu quả đáng kể tới nền kinh tế
 - + Lạm phát phi mã: đồng tiền mất giá nhanh chóng, gây ảnh hưởng xấu tới hoạt động của nền kinh tế
 - + Siêu lạm phát: đồng tiền mất giá nghiêm trọng, gây ảnh hưởng trầm trọng đến nền kinh tế.
- Nguyên nhân dẫn đến lạm phát
 - + Lượng tiền trong lưu thông vượt quá mức cần thiết (ngân sách thâm hụt, Chính phủ tăng cường việc phát hành tiền giấy,...)
 - + Tổng cầu của nền kinh tế tăng (người dân tăng chi tiêu, doanh nghiệp tăng đầu tư, Chính phủ tăng chi tiêu mua hàng hóa, dịch vụ) – Lạm phát do cầu kéo
 - + Chi phí sản xuất tăng (giá nguyên nhiên vật liệu, nhân công, thuế tăng) – Lạm phát do chi phí đẩy
- Hậu quả của lạm phát
 - + Doanh nghiệp thu hẹp quy mô sản xuất, giảm sản lượng, lãng phí các nguồn lực sản xuất, thất nghiệp tăng
 - + Thu nhập thực tế của người lao động giảm, đời sống khó khăn, phân hóa giàu nghèo trong xã hội tăng.

Bài 7

- Khái niệm ý tưởng kinh doanh là điểm xuất phát của quá trình sản xuất kinh doanh, thể hiện sự sáng tạo của cá nhân hoặc tổ chức trong việc lựa chọn loại sản phẩm, dịch vụ cung cấp cho thị trường nhằm thu được lợi nhuận.
- Dấu hiệu nhận biết ý tưởng kinh doanh: tính hữu dụng; tính khả thi; tính mới mẻ, độc đáo; tính vượt trội; lợi thế cạnh tranh
- Các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh
 - + Lợi thế nội tại: như sự đam mê, hiểu biết; khả năng huy động các nguồn lực

+ Cơ hội bên ngoài: như nhu cầu sản phẩm trên thị trường; nguồn cung ứng; sự cạnh tranh; vị trí triển khai; chính sách vĩ mô của Nhà nước.

- Các năng lực cần thiết của người kinh doanh (*Nhận biết được các năng lực kinh doanh*)

+ Năng lực: chuyên môn nghiệp vụ; tổ chức và lãnh đạo; nắm bắt cơ hội kinh doanh; thiết lập mối quan hệ; khả năng phân tích và sáng tạo, có tầm nhìn chiến lược; luôn kiên trì với mục tiêu, nỗ lực hết mình với công việc; thực hiện trách nhiệm với xã hội.

- Năng lực kinh doanh có vai trò: Là yếu tố quyết định đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp; người có năng lực kinh doanh sẽ giúp doanh nghiệp vượt qua khó khăn, tạo uy tín và thành công.

Bài 8

- Đạo đức kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, định hướng hành vi của các chủ thể sản xuất kinh doanh. Cho VD?

- Vai trò của đạo đức kinh doanh

+ Góp phần điều chỉnh hành vi của các chủ thể kinh doanh.

+ Xây dựng lòng tin và uy tín đối với khách hàng.

+ Đẩy mạnh hợp tác và đầu tư tạo ra lợi nhuận cho các chủ thể sản xuất kinh doanh.

+ Thúc đẩy sự vững mạnh của nền kinh tế quốc gia.

- Các biểu hiện của đạo đức kinh doanh.

+ Các chủ thể sản xuất kinh doanh phải giữ chữ tín, tôn trọng và bảo vệ lợi ích của khách hàng (không SX hàng giả, kém chất lượng, không quảng cáo cường điệu, sai sự thật, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ)

+ Các chủ thể sản xuất kinh doanh phải đảm bảo lợi ích chính đáng của người lao động (tiền lương, điều kiện lao động, bảo hiểm...), đối xử bình đẳng công bằng với nhân viên

+ Các chủ thể sản xuất kinh doanh tích cực thực hiện trách nhiệm xã hội; tuân thủ quy định của pháp luật.

+ Các chủ thể sản xuất kinh doanh vừa hợp tác vừa cạnh tranh lành mạnh.

Bài 9

- Văn hóa tiêu dùng là nét đẹp trong thói quen, tập quán tiêu dùng của cá nhân, nhóm, cộng đồng hình thành, phát triển theo thời gian và biểu hiện qua hành vi tiêu dùng.

- Vai trò của văn hóa tiêu dùng

+ Đối với lĩnh vực văn hóa - xã hội: góp phần giữ gìn và phát huy các giá trị, chuẩn mực, tập quán tiêu dùng tốt đẹp, bền vững, đồng thời thúc đẩy sự phát triển kinh tế, nâng cao đời sống văn hóa tinh thần dân tộc.

+ Đối với lĩnh vực kinh tế: tác động đến chiến lược sản xuất kinh doanh của các chủ thể, đặc biệt là chiến lược về sản phẩm (thị hiếu, tâm lý, thói quen), giá cả, phân phối và hỗ trợ thương mại.

- Một số đặc điểm cơ bản văn hóa tiêu dùng Việt Nam.

+ Tính kế thừa: kế thừa truyền thống của dân tộc, mang bản sắc văn hóa Việt Nam.

+ Tính giá trị: hướng tới giá trị tốt đẹp, chân, thiện, mỹ.

+ Tính thời đại: thói quen, hình thức, cách thức thanh toán đa dạng, phù hợp với sự phát triển.

+ Tính hợp lý: người tiêu dùng biết cân nhắc, lựa chọn hàng hóa, dịch vụ, chi tiêu có kế hoạch, phù hợp với nhu cầu của bản thân và thực hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.

- Các biện pháp xây dựng văn hóa tiêu dùng Việt Nam

+ Tuyên truyền các nét đẹp văn hóa tiêu dùng; giữ gìn phát huy các giá trị văn hóa tiêu dùng truyền thống tốt đẹp của đất nước.

+ Học tập văn hóa tiêu dùng văn minh và tích cực quảng bá văn hóa tiêu dùng của Việt Nam đến các nước trên thế giới.

- Liên hệ trách nhiệm HS góp phần xây dựng văn hóa tiêu dùng Việt Nam?