



EUROPA-FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Lehrerhandbuch Wirtschaftliches Handeln international Economics and Business Basics

passend ab der 3. Auflage des Hauptwerkes

von

Ulrich Bayer, Peter Beinborn, Theo Feist, Viktor Lüpertz

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL · Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsseldorfer Straße 23 · 42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 94063

Verfasser:

Ulrich Bayer	Dipl.-Hdl.
Peter Beinborn	Dipl.-Kfm.
Theo Feist	Prof., Dipl.-Kfm.
Viktor Lüpertz	Prof. Dr., Dipl.-Volksw.

Verlagslektorat:

Viktor Lüpertz

Die Aufgaben sind hinsichtlich ihrer Eignung für gestimmte Unterrichtszwecke wie folgt gekennzeichnet:

A = Anwendung

E = Einführung/Erarbeitung

LA = Lehraufgabe

Lehraufgaben sind einführende Aufgaben mit didaktisch gestuften Problemstellungen, die sich für die systematische Erschließung von Unterrichtsinhalten eignen.

Ü = Übung

3. Auflage 2018

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-4608-6

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2018 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Satz und Umschlag: Punkt für Punkt GmbH · Mediendesign, 40549 Düsseldorf
Umschlag – Erstellung der Bildcollage: braunwerbeagentur, 42477 Radevormwald,
unter Verwendung eines Fotos von © Julien Eichinger – Fotolia.com
Druck: Totem, 88-100 Inowroclaw (PL)

Tasks and problems

A Basic economics and human behaviour

1 Introduction to economics

for chapter 1.1 Motives for economic action

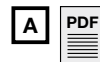


1.1.1 NASA game: Needs – scarcity of goods – benefits – preferences – personal and collective decision-making processes



Rules of the game, game tools and the manual with sample solutions can be found on the accompanying CD.

1.1.2 Needs – Advertising – Consumption



1. Self-actualisation needs (realising one's full potential)
Esteem needs: acceptance, status, prestige, respect
Social needs: belonging, affection, interaction
2. Emergence of needs: peer group pressure, social environment, advertising
Satisfaction: fashionable, expensive and unnecessary consumption goods (buying binge)
3. Individual answers: comparison to students' personal consumption pattern

Expenditure for...	In billion (bn) euros	In percent (%)
clothing and fashion	4.0	16.19
going out, disco	2.6	10.53
bike, moped, car, driving licence, petrol	2.3	9.31
drinks	1.8	7.29
fast food	1.7	6.88
hobbies	1.7	6.88
body care, cosmetics	1.5	6.07
tickets	1.3	5.26
current expenses for mobile/smartphone	1.1	4.45
sweets, ice cream	1.1	4.45
sports articles	0.9	3.64
newsletter/books	0.9	3.64
salty snacks, chips	0.7	2.83
computer, software, games, internet	0.6	2.43
other	2.5	10.12
Total	24.7	100.00

Since the amount of money spent (EUR 24.9 bn) exceeds the total income (EUR 21.5 bn), the youngsters have either used their savings or they have run into debt.