# Le vocabulaire du marché

## 1. Le marché au sens économique c'est :

(Cocher les deux meilleures réponses).

1. Un lieu de rencontre où des acheteurs et des vendeurs se rencontrent pour échanger des biens ou des services contre de l'argent.
2. Un lieu réel ou virtuel où sont confrontées des offres et des demandes de produits ou services.
3. Un lieu où les fêtes de village sont organisées. On peut y faire également des expositions artistiques.
4. La place du marché c'est la place où le maire s'adressait aux citoyens pour lancer les nouvelles réformes politiques.

## 2. L'économie de marché c'est :

(Sélectionner les deux meilleures réponses).

1. Une économie traditionnelle où les échanges se font tous sur le marché du village.
2. Un système économique basé sur la liberté d'entreprendre et sur la propriété privée.
3. Une organisation économique qui découle des théories libérales développées dès le 18ème par A. Smith.
4. La manière d'acheter moins cher en faisant des économies. La fonction d'acheteur des entreprises en découle directement.
5. Les transports en commun par exemple. Ils permettent de faire des économies de marcher et sont moins polluants que les véhicules particuliers.

## 3. Un échange marchand c'est :

(Cocher toutes les bonnes réponses).

1. Un échange de deux produits de même valeur.
2. La vente d'un produit ou d'un service contre son équivalent monétaire.
3. Les échanges de cadeaux à noël par exemple. Ce sont des échanges marchands, puisqu'ils ont été achetés au marché.
4. L'échange d'un produit contre un autre, même s'ils n'ont pas la même valeur.
5. Acheter du pain à la boulangerie est un échange marchand.

## 4. Le marché est-il naturel ou culturel ?

Cocher les deux réponses justes.

1. Adam Smith (1723 - 1790) estime que les hommes ont "un penchant naturel à l'échange". C'est-à-dire que l'envie qu'ils ont d'échanger leur vient de la nature. Un peu comme un instinct. Le marché est donc le résultat d'une construction de la nature.
2. Le marché est culturel puisque les produits qu'on y trouvent doivent avoir été cultivés, mais ils doivent également être naturels, sinon la santé de la population risque d'en pâtir.
3. Adam Smith pense que le marché est le résultat d'un processus d'institutionnalisation, soutenu par la main invisible. Il n'est donc pas naturel.
4. Karl Marx pense que le marché est naturel mais que le capitalisme ne l'est pas. Il faut donc renverser les capitalistes pour que les prolétaires parviennent à construire un marché vraiment naturel.
5. Les capitalistes recherchent tellement le profit que les produits naturels se retrouvent de moins en moins sur les marchés. Le marché n'est donc pas naturel.
6. Karl Polanyi et un grand nombres de sociologues et économistes pensent que le marché est le résultat de l'histoire des hommes. C'est une construction culturelle, pas naturelle.
7. L'OMC, Organisation Mondiale du Commerce, est chargée de veiller au fait que le fonctionnement du marché reste naturel et qu'il respecte bien l'équilibre écologique de la planète.

## 5. La loi de l'offre et de la demande :

(Les quatre réponses justes qui doivent être cochées)

1. C'est le principe qu'on utilise à la bourse pour coter les actions. On confronte toutes les offres d'achats et toutes les offres de ventes et l'on établit le prix des actions en conséquence.
2. C'est un concept inventé par Ronald Reagan pour lutter contre le regain des idées communistes aux Etats-Unis au début des années 80.
3. Lorsqu'il obéît à la loi de l'offre et de la demande, le marché a vocation à éviter toutes les pénuries et toutes les surproductions. Au moins en théorie.
4. C'est le mécanisme qui permet de fixer les prix dans une économie de marché.
5. La loi de l'offre et de la demande est consécutive à la loi du talion. On trouve ses origines dans la bible et dans le coran.
6. C'est une loi soutenue par les économistes libéraux.

## 6. L'élasticité.

(Cocher les réponses sérieuses et justes).

1. C'est bien pratique pour un jean's, ça permet de se baisser plus facilement. Le coefficient d'élasticité d'un Jean's détermine son prix.
2. Elle me permet de calculer les rapports entre la variation d'un prix et les variations des quantités vendues qui en découlent.
3. L'élasticité de la demande par rapport au prix s'obtient en divisant la variation de la demande d'un bien (ou service) par la variation de son prix.
4. Karl Marx a montré qu'elle était en rapport avec la hausse de la baisse tendancielle du taux de profit.
5. Si le prix des pommes baisse de 2% et la demande de pommes augmente de 2%, l'élasticité de la demande par rapport au prix est de -1.
6. Si le prix des pommes baisse de 2% et la demande de pommes augmente de 2%, l'élasticité de la demande par rapport au prix est de 1.
7. Elle peut être positive pour les produits de luxe.

## 7. En économie, on parle d'externalité (cocher si la proposition est juste) :

1. Si une externalité est positive, cela veut dire qu'une activité économique a des effets positifs involontaires sur l'activité d'autres acteurs économiques.
2. Un entreprise se met en externalité lorsqu'elle délocalise sa production à l'étranger.
3. Une banque produit une externalité lorsqu'elle prête de l'argent à une multinationale étrangère.
4. La sous-traitance est une forme d'externalité.
5. La pollution rejetée par les entreprises industrielles qui ne respectent pas la réglementation et un exemple très fort d'externalités négatives.
6. Une ville qui préfère rejeter ses égouts directement dans la rivière plutôt que d'investir dans une station d'épuration est créatrice d'externalités négatives.

## 8. Un oligopole

1. Il fait se rencontrer un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs sur un marché.
2. Il fait se rencontrer un petit nombre de vendeurs et un grand nombre d'acheteurs sur un marché.
3. Il met en présence un petit nombre de vendeurs et d'acheteurs sur un marché.
4. Il met en présence un seul vendeur et un grand nombre d'acheteurs sur un marché.
5. Il met en présence un grand nombre de vendeurs et un grand nombre d'acheteurs sur un marché contrôlé par des multinationales.

## 9. Monopole (cocher les bonnes réponses)

1. L'innovation permet à une entreprise de se placer en monopole temporaire, et c'est légal.
2. Un monopole met en relation un seul vendeur et un grand nombre d'acheteurs sur un marché.
3. Une entreprise est en situation de monopole lorsqu'elle fabrique un seul produit.
4. La concentration verticale place les entreprises en situation de monopole sur un maché.
5. La concentration horizontale peut placer les entreprises en situation de monopole sur un marché.

### 10. Cocher toutes les réponses justes.

1. a) L'atomicité du marché, c'est le fait que les acteurs économiques ont une trop petite taille pour influencer le marché sur lequel ils agissent.
2. b) l'atomicité du marché est en rapport avec les entreprises spécialisées dans la production nucléaire.
3. c) Lorsque la condition d'atomicité est réalisée, aucune entreprise n'est en mesure d'influencer les prix sur ses marchés.
4. d) La libre-entrée sur un marché c'est la possibilité pour une entreprise de venir se placer sur un marché et de vendre sa production.
5. e) La libre-entrée c'est le fait de pouvoir entrer et sortir librement des locaux d'une entreprise privée.
6. f) L'homogénéité du marché est atteinte lorsque tous les produits sont interchangeables.
7. g) L'homogénéité du marché est atteinte lorsque tous les acteurs économiques obtiennent une satisfaction homogène.
8. On parle de parfaite mobilité des facteurs lorsque les capitaux et le travail sont susceptibles de se déplacer rapidement d'une production à l'autre.
9. La parfaite mobilité des facteurs de production implique par exemple que des ouvriers du Nord de la France doivent accepter une mutation dans une entreprise Bretonne ou même à l'étranger pour ne pas perdre leur travail.

----------Key----------

1. (a) (b)

2. (b) (c)

3. (a) (b) (e)

4. (a) (f)

5. (a) (c) (d) (f)

6. (b) (c) (e) (g)

7. (a) (e) (f)

8. (b)

9. (a) (b) (e)

10. (a) (c) (d) (f) (h) (i)