**PRIMAIRE BEHOEFTEN:**voeding, kleding en woonruimte.

**SCHAARSTE:**als er niet vanzelf, zonder inspanningen, voldoende van is om alle behoeften te vervullen.

**VRIJE GOEDEREN:**zeewater, zonlicht en wind zijn vrije goederen. Dat betekend dat ze vrij beschikbaar zijn en dat er geen moeite voor gedaan moet worden.

**WELVAART:**is de mate waarin je in je behoeften kunt voorzien. Hij stijgt als je inkomen stijgen, want dan kan je kan je meer kopen om je behoeften te voorzien.

**PRIORITEITEN STELLEN:**door schaarste moet je prioriteiten stellen. Dat betekent dat je kiest welke behoeften voor jou het belangrijkst zijn.

**MARKETING MIX:**alles wat bedrijven doen om hun product te verkopen noem je marketing. Hierbij gebruiken ze verschillende insterumenten die samen noem je marketing mix. De belangrijkste marketing instrumenten zijn deze 6 p’s:

**\*Productbeleid**

Wat word er verkocht? Vooral gebruiks- of verbruiksgoederen? En welke merken? Of welke soorten smaken? Ook de verpakking hoort bij het product.

**\*Prijsbeleid**

Voor welke prijs word het product verkocht? Een hoge prijs om het product een luxe uitstraling te geven? Of juist een lage prijs om je concurenten te slim af te zijn? Of kortingsacties.

**\*Plaatsbeleid**

Waar is het product te koop? Kan het alleen via de winkel of ook online? Op wat voor locatie staat deze winkel? Midden in de stad of in een dure winkel straat? Of buiten de bebouwde kom?

**\*Promotie beleid**

Hoe brengt de fabrikant of winkelier zijn product onder de aandacht van consumenten? Via reclame op tv, sponsoring of in een tijdschrift?

**\*Personeel beleid**

Wat voor mensen werken er? Zijn ze deskundig? Vriendelijk en beleeft?

**\*Presentatie beleid**

Hoe presenteerd de winkelier zijn producten?

**COMMENTIELE RECLAME:** reclame van bedrijven,heeft als doel om meer producten of diensten te verkopen.

**IDEELE RECLAME:**deze reclame heeft als doel het gedrag van mensen te beinvloeden. Dit soort reclame is niet gericht op het verkopen van producten.

**INFORMATIEVE RECLAME:**geeft informatie over de eigenschappen en de prijs van het product.

**MERKRECLAME:**de naam bekender maken, zodat zoveel mogelijk mensen die onthouden.

**DOELGROEP:**is een groep consumenten voor wie het product of boodschapis bedoelt.

**BUDGETTEREN:**afstemmen

**BEGROTING:**om te kunnen rondkomen met je inkomen, moet je een goed overzicht over je geldzaken hebben, dat overzicht krijg je krijg je door een begroting te maken.

**SOORTEN INKOMENS:**

\***Inkomen uit arbeid**

**\*Inkomen uit bezit**

**\*Voor een overdrachtsinkomen**

**SOORTEN UITGAVEN:**

**\*Huishoudelijke uitgaven**

**\*Vaste lasten**

**\*Incidentele uitgaven**

**RESERVEREN:**Geld opzijleggen voor grote uitgaven.

**KOOPKRACHT:**is de hoeveelheid goederen en diensten die je met je inkomen kunt kopen.

**INFLATIE:**is een algemene stijging van de prijzen.

**DEFLATIE:**de daling van prijzen.

**INDEXCIJFER:**met een indexcijfer kun je makkelijk de varandering van lonen en prijzen vergelijken

Bereken je

**INDEXCIJFER=NIEUW GETAL ÷ GETAL BASIS X 100**