

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.ДВ.01.01 Исследование рыночной среды

38.04.01 Экономика

Экономическое и правовое обеспечение бизнеса

магистр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3 Способен анализировать состояние рыночной среды и оценивать ее влияние на текущий и перспективный спрос и предложение, осуществлять продвижение товаров и услуг, оценивать состояние конкурентной среды, прогнозировать развитие рыночной ситуации в соответствии с действующим антимонопольным законодательством	ПК-3.1 Владеет методами сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации из разных источников о состоянии конкурентной среды, прогнозировать спрос и предложения продуктов и услуг, мониторинга конкурентной среды	знает методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, о состоянии конкурентной среды отдельных отраслевых рынков
		умеет использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, для оценки состояния конкурентной среды отдельных отраслевых рынков
		владеет навыками использовать методы сбора, обработки и анализа первичной и вторичной информации, полученной из разных источников, для оценки состояния отдельных отраслевых рынков и мониторинга конкурентной среды

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы			
1.1.	Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы	1	ПК-3.1	Тест
1.2.	Тема 2. Организация и этапы проведения исследования конкурентной среды отдельных отраслевых рынков	1	ПК-3.1	Тест
1.3.	Тема 3. Методические подходы к анализу рыночной среды отдельных отраслевых рынков	1	ПК-3.1	Тест
1.4.	Тема 4. Статистический анализ конкурентной рыночной среды	1	ПК-3.1	Тест
1.5.	Тема 5. Мониторинг и прогнозирование изменений конкурентной среды отдельных отраслевых рынков	1	ПК-3.1	Тест
	Промежуточная аттестация			За

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
2	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Исследование рыночной среды"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Контрольная точка (КТ) при изучении дисциплины - это вид текущего контроля, который позволяет оценить усвоение студентами логически завершённой части учебного материала.

Основная цель проведения КТ заключается в оценивании степени усвоения учебного материала студентами и выявлении пробелов в знаниях.

Дисциплина «Исследование рыночной среды», включает себя 2 КТ (максимально по 15 баллов каждая), которые проводятся в следующем порядке:

1 контрольная точка проводится после изучения тем:

Тема 1. Рыночная среда: понятие, сущность, элементы

Тема 2. Организация и этапы проведения исследования конкурентной среды рынка АПК

Тема 3. Методические подходы к анализу рыночной среды рынка АПК

2 контрольная точка проводится после изучения тем:

Тема 4. Статистический анализ конкурентной рыночной среды

Тема 5. Мониторинг и прогнозирование изменений конкурентной среды отраслевого рынка

АПК

Контрольная точка 1

1. Что понимается под рыночной средой в экономическом анализе?

- А. Совокупность внутренних факторов предприятия
Б. Совокупность внешних и внутренних сил, влияющих на способность предприятия устанавливать и поддерживать успешные взаимоотношения с целевыми потребителями
В. Только конкурентное окружение компании
Г. Макроэкономическая ситуация в стране
2. Какие факторы относятся к макросреде предприятия АПК?
А. Поставщики удобрений и техники
Б. Покупатели зерна
В. Демографические изменения в стране
Г. Торговые посредники
3. Что из перечисленного является элементом микросреды агропредприятия?
А. Законодательство в области сельского хозяйства
Б. Уровень инфляции
В. Потребители продукции (например, перерабатывающие заводы)
Г. Научно-технический прогресс
4. Какой метод анализа используется для выявления сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз внешней среды?
А. PEST-анализ
Б. SWOT-анализ
В. Анализ безубыточности
Г. ABC-анализ
5. Что из перечисленного является сильной стороной (Strengths) для сельскохозяйственного предприятия?
А. Высокий уровень государственной поддержки (субсидии)
Б. Рост цен на ГСМ
В. Наличие современных оросительных систем
Г. Вступление новых конкурентов на рынок
6. Какие факторы исследуются в рамках PEST-анализа?
А. Политические, экономические, социальные, технологические
Б. Потребители, поставщики, конкуренты, посредники
В. Сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы
Г. Цена, продукт, место, продвижение
7. Какой фактор внешней среды относится к политико-правовым в АПК?
А. Изменение курса валют
Б. Уровень доходов населения
В. Правила предоставления экспортных субсидий на зерно
Г. Внедрение технологий точного земледелия
8. Какова цель первого этапа маркетингового исследования рынка АПК?
А. Сбор первичных данных
Б. Определение проблемы и целей исследования
В. Анализ полученной информации
Г. Представление отчета руководству
9. Что относится к первичным данным в исследовании рынка молока?
А. Данные Росстата о надоях за прошлый год
Б. Отчеты Министерства сельского хозяйства
В. Результаты опроса фермеров о планах на следующий сезон
Г. Статья в научном журнале о мировых ценах на сухое молоко
10. Какой метод сбора данных наиболее эффективен для изучения поведения покупателей на сельскохозяйственном рынке?
А. Кабинетное исследование
Б. Наблюдение (например, за выбором продукции в магазине)
В. Анализ бухгалтерской отчетности конкурента
Г. Изучение упаковки товара
11. Какой термин означает способность товара или услуги быть проданным на рынке при наличии аналогичных товаров конкурентов?

- А. Рентабельность
- Б. Конкурентоспособность
- В. Ликвидность
- Г. Себестоимость

12. Для анализа какого элемента рыночной среды используется модель "Пяти сил" Майкла Портера?

- А. Анализ макросреды
- Б. Анализ внутренней среды
- В. Анализ конкурентной среды (микросреды)
- Г. Анализ финансовой устойчивости

13. Какая из сил Портера описывает угрозу со стороны товаров-заменителей для зернового хозяйства?

- А. Появление новых фермерских хозяйств
- Б. Рост потребления хлебобулочных изделий
- В. Использование синтетических материалов вместо натурального зерна в Г. Некоторых производствах
- Д. Усиление требований банков к фермерам

14. Как называется документ, содержащий четко сформулированные вопросы, на которые респондент дает ответы?

- А. Гайд интервью
- Б. Анкета
- В. Отчет
- Г. Выборка

15. Что такое сегментирование рынка?

- А. Процесс выбора двух или более сегментов для выхода на них
- Б. Разделение потребителей на группы на основе определенных признаков
- В. Определение товара на фоне товаров-конкурентов
- Г. Комплекс маркетинговых коммуникаций

16. Какой тип вопросов в анкете предполагает выбор только одного варианта из нескольких?

- А. Открытый вопрос
- Б. Вопрос-меню (множественный выбор)
- В. Альтернативный вопрос (да/нет)
- Г. Шкала Лайкерта

17. В какой последовательности реализуются этапы проведения исследования конкурентной среды?

- А. Аналитическая обработка данных
- Б. Интерпретация результатов
- В. Подготовительный этап
- Г. Информационно-аналитический этап (сбор информации)

18. С чего начинается процесс планирования маркетингового исследования?

- А. С разработки анкеты
- Б. С расчета бюджета исследования
- В. С выявления проблем и формулирования целей
- Г. С анализа вторичной информации

19. Что такое репрезентативность выборки в исследовании?

- А. Большой объем выборки
- Б. Случайный характер отбора респондентов
- В. Способность выборки отражать характеристики генеральной совокупности
- Г. Проведение опроса в выходные дни

20. Какой фактор является ключевым отличием рынка АПК от других рынков?

- А. Высокая скорость оборота капитала
- Б. Зависимость предложения от природно-климатических условий
- В. Отсутствие государственного регулирования
- Г. Стабильность цен в течение года

21. Что изучает конъюнктура рынка?

- А. Только динамику цен

- Б. Только объемы производства
 - В. Текущую экономическую ситуацию на рынке (спрос, предложение, цены)
 - Г. Перспективы развития отрасли на 10 лет
22. Какие предприятия являются конкурентами для крупного производителя подсолнечного масла?
- А. Производители сливочного масла
 - Б. Производители оливкового масла
 - В. Производители майонеза
 - Г. Все вышеперечисленные, так как они удовлетворяют сходные потребности (товары-заменители)
23. Что такое "полевое исследование"?
- А. Изучение документов и отчетов
 - Б. Сбор первичной информации (опросы, наблюдения, эксперименты)
 - В. Исследование, проводимое в офисе
 - Г. Анализ почвенных образцов
24. Концепция ESG включает в себя следующие компоненты, КРОМЕ:
- А. Environmental (Экологический)
 - Б. Economic (Экономический)
 - В. Social (Социальный)
 - Г. Governance (Корпоративное управление)
25. Какая организация может являться контактной аудиторией для фермерского хозяйства?
- А. Банк, выдавший кредит
 - Б. Местная администрация
 - В. Средства массовой информации
 - Г. Все перечисленные
26. Какой показатель используется для измерения емкости рынка?
- А. Объем прибыли всех продавцов
 - Б. Суммарный объем продаж товара всеми конкурентами за определенный период
 - В. Количество покупателей на рынке
 - Г. Минимальная цена на рынке
27. Как классифицируются рынки АПК по масштабу?
- А. Рынок сырья и рынок готовой продукции
 - Б. Местный, региональный, национальный, мировой
 - В. Оптовый и розничный
 - Г. Рынок совершенной и несовершенной конкуренции
28. Какой фактор внешней среды АПК является специфическим и не оказывает такого сильного влияния на промышленность?
- А. Научно-технический прогресс
 - Б. Платежеспособность населения
 - В. Плодородие почвы и погодные условия
 - Г. Инфляция
29. Что означает понятие "рыночная доля" предприятия?
- А. Отношение прибыли предприятия к объему продаж
 - Б. Отношение объема продаж предприятия к общей емкости рынка
 - В. Отношение затрат предприятия к его выручке
 - Г. Количество покупателей, знающих бренд
30. Какой метод анализа используется для исследования глобальных факторов конкурентной среды?
- А. Тайный покупатель
 - Б. PESTEL-анализ
 - В. Бенчмаркинг
 - Г. Анализ цифрового следа

Контрольная точка №2

1. Какой статистический показатель характеризует вариацию признака?
- А. Средняя арифметическая

- Б. Мода
 - В. Дисперсия
 - Г. Темп роста
2. Как рассчитать темп прироста объема продаж на рынке зерна?
- А. Отношение последующего значения к предыдущему
 - Б. Разница между последующим и предыдущим значением, деленная на предыдущее значение, умноженная на 100%
 - В. Произведение последующего и предыдущего значений
 - Г. Сумма всех значений ряда
3. Для чего используется индекс концентрации (CR) на отраслевом рынке?
- А. Для измерения уровня инфляции
 - Б. Для определения доли рынка, приходящейся на заданное количество крупнейших продавцов
 - В. Для расчета средних цен
 - Г. Для прогнозирования спроса
4. Какое значение индекса Херфиндаля-Хиршмана (НИ) указывает на высококонцентрированный рынок (согласно зарубежной практике)?
- А. Менее 500
 - Б. От 500 до 1000
 - В. Более 1800-2000
 - Г. Равное 0
5. Что такое динамический ряд в статистике рынка?
- А. Ряд цифр, характеризующих изменение явления во времени
 - Б. Ранжированный список предприятий
 - В. Распределение потребителей по возрасту
 - Г. Структура себестоимости продукции
6. Какая модель прогнозирования основана на анализе временных рядов (тренда)?
- А. Опрос экспертов
 - Б. Метод Дельфи
 - В. Экстраполяция (например, построение линии тренда)
 - Г. Сценарный анализ
7. Что измеряет коэффициент эластичности спроса по цене?
- А. Как изменится предложение при изменении цены
 - Б. Как изменится спрос при изменении дохода потребителя
 - В. На сколько процентов изменится спрос при изменении цены на 1%
 - Г. Отношение цены товара к цене товара-заменителя
8. Если коэффициент эластичности спроса на гречку равен 0,3, это означает, что спрос:
- А. Эластичный
 - Б. Неэластичный (товар первой необходимости)
 - В. Единичной эластичности
 - Г. Абсолютно эластичный
9. Какой метод относится к качественным методам прогнозирования?
- А. Анализ временных рядов
 - Б. Регрессионный анализ
 - В. Метод экспертных оценок (Дельфи)
 - Г. Экспоненциальное сглаживание
10. Что такое мониторинг конкурентной среды?
- А. Единоразовое исследование рынка
 - Б. Постоянное (систематическое) наблюдение за рынком и его субъектами
 - В. Прогнозирование цен на следующий год
 - Г. Составление бизнес-плана
11. Сглаживание временного ряда методом скользящей средней применяется для:
- А. Увеличения количества наблюдений
 - Б. Выявления сезонных колебаний и случайных отклонений
 - В. Снижения точности прогноза
 - Г. Усложнения расчетов
12. Наличие тренда во временном ряду означает:

- А. Случайные колебания показателя
 - Б. Циклические колебания вокруг среднего
 - В. Устойчивую тенденцию к росту или снижению показателя
 - Г. Отсутствие какой-либо зависимости во времени
13. Какой показатель отражает среднюю ошибку прогноза?
- А. Коэффициент корреляции
 - Б. Среднеквадратическое отклонение
 - В. Средняя абсолютная ошибка (MAE, MAD)
 - Г. Медиана выборки
14. Как определить долю рынка предприятия?
- А. Выручка предприятия / Общая выручка всех предприятий на рынке
 - Б. Прибыль предприятия / Общая выручка предприятия
 - В. Активы предприятия / Активы конкурента
 - Г. Объем продаж предприятия / Объем продаж лидера рынка
15. Расположите в правильной последовательности шаги построения «дерева целей».
- А. Декомпозиция главной цели на подцели
 - Б. Проверка логической полноты и непротиворечивости «дерева»
 - В. Формулировка главной цели
 - Г. Построение иерархии (разбиение подцелей на более мелкие)
16. Корреляционный анализ позволяет:
- А. Установить наличие и тесноту связи между двумя и более показателями
 - Б. Определить точное функциональное уравнение связи
 - В. Рассчитать темп роста
 - Г. Провести сегментирование
16. Регрессионный анализ позволяет:
- А. Установить только наличие связи
 - Б. Описать форму связи в виде математического уравнения
 - В. Вычислить моду ряда
 - Г. Рассчитать уровень инфляции
17. Какой прогноз считается краткосрочным для рынка АПК?
- А. На 1 день
 - Б. До 1 года
 - В. От 1 года до 5 лет
 - Г. Свыше 5 лет
18. Какая информация необходима для построения карты рынка (позиционирования конкурентов)?
- А. Данные о затратах конкурентов
 - Б. Данные о ценах и качестве (или других характеристиках) конкурентов
 - В. Данные о количестве сотрудников
 - Г. Данные о возрасте директоров
19. Если коэффициент вариации цен на рынке молока составляет 35%, что это означает?
- А. Совокупность цен однородна (средняя типична)
 - Б. Совокупность цен неоднородна (средняя нетипична), высокий разброс
 - В. Цены стабильны
 - Г. Нулевую инфляцию
20. Какая форма связи между ценой на яблоки и объемом их предложения?
- А. Обратная (чем выше цена, тем меньше предложение)
 - Б. Прямая (чем выше цена, тем больше предложение)
 - В. Связь отсутствует
 - Г. Циклическая
22. Установите правильную логическую последовательность этапов проявления регулирующей функции рынка в АПК при дефиците товара:
- А. Производители увеличивают объем производства данной культуры
 - Б. Возникает дефицит продукта (например, подсолнечного масла) и рост цен на него
 - В. Высокая цена сигнализирует о высокой доходности этого направления
 - Г. Предложение увеличивается, что в перспективе ведет к стабилизации или снижению цены

23. Какой метод прогнозирования наиболее уместен для прогноза урожайности на основе данных о количестве осадков и удобрений?
- А. Метод Дельфи
 - Б. Многофакторный регрессионный анализ
 - В. Экстраполяция по одному показателю
 - Г. Анализ сценариев
24. Если спрос на товар растет медленнее, чем доходы населения, это:
- А. Товар первой необходимости с низкой эластичностью по доходу
 - Б. Предмет роскоши
 - В. Товар Гиффена
 - Г. Импортный товар
25. Основной целью метода «Дельфи» в экспертных исследованиях является:
- А. Быстрое получение единого мнения под давлением большинства
 - Б. Достижение консенсуса экспертов за счёт анонимности и многоаундовой обратной связи
 - В. Построение математической модели на основе мнений специалистов
 - Г. Оценка только текущего состояния рынка без прогнозирования
26. Для анализа какого процесса используется "метод скользящей средней"?
- А. Выявление основной тенденции (тренда) ряда
 - Б. Расчет доли рынка
 - В. Анализ ликвидности
 - Г. Оценка конкурентоспособности товара
27. Какой из показателей не является абсолютной величиной?
- А. Объем экспорта пшеницы в тоннах
 - Б. Стоимость валового сбора в рублях
 - В. Индекс физического объема производства
 - Г. Количество фермерских хозяйств
28. Целью конкурентного анализа в АПК является:
- А. Определение себестоимости продукции конкурента
 - Б. Оценка привлекательности отрасли и позиций конкурентов для выработки стратегии
 - В. Сговор с конкурентами о разделе рынка
 - Г. Копирование товаров конкурента
29. Как часто рекомендуется проводить мониторинг цен на основных рынках сбыта сельхозпродукции?
- А. Раз в 5 лет
 - Б. Ежедневно или еженедельно (в зависимости от волатильности)
 - В. Только перед посевной
 - Г. Только во время уборочной
30. При построении прогноза объема продаж на следующий год, что должно учитываться в первую очередь?
- А. Только цены прошлого года
 - Б. Тренд прошлых лет, ожидаемые изменения в доходах населения, прогноз урожая (предложения)
 - В. Только планы конкурентов
 - Г. Личные предпочтения владельца бизнеса

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогом освоения дисциплины (модуля)***

Вопросы к зачету по дисциплине «Исследование рыночной среды»

1. Что такое рынок?
2. Каковы условия формирования рынка?
3. Какими чертами обладает рынок?
4. Какие функции рынка вы знаете?
5. Какие существуют критерии разделения рынков? Приведите примеры классификации рынков по различным критериям.
6. Из каких элементов формируется рыночная среда?

7. Какие факторы оказывают влияние на состояние рыночной среды?
8. Можно ли предопределить заранее влияние на рыночную среду циклических факторов?
9. Каким образом научно-технический прогресс может влиять на состояние рыночной среды? Приведите примеры такого влияния.
10. Какие требования к организации исследования рыночной среды предъявляются?
11. Какие виды организации и выполнения исследования рыночной среды вы знаете?
12. В чем состоит основная цель и задачи организации и проведения исследования рыночной среды? Как она соотносится с целями развития предприятия или организациями?
13. Обозначьте принципы и этапы проведения исследования рыночной среды.
14. В чем состоит особенность проведения данного исследования?
15. Могут ли факторы иметь схожие значения классификационных признаков?
16. Какие вы знаете количественные методы получения информации? В чем особенность их применения?
17. Личное интервью: понятие и особенности проведения.
18. Телефонное интервью: понятие и особенности проведения.
19. Online интервью: понятие и особенности проведения.
20. Измерение трафика и холл-тест: понятие и особенности проведения.
21. Какие вы знаете качественные методы получения информации? В чем особенность их применения?
22. методы получения информации, как: глубинное интервью, метод фокус-групп, метод наблюдения, метод экспертных оценок, эксперимент.
23. В чем заключается сущность и область применения PEST – анализа?
24. В чем заключается сущность и область применения SWOT – анализа?
25. В чем заключается сущность и область применения STEP– анализа?
26. Что такое выборка?
27. Каково её значение?
28. Что такое план выборки и для чего он разрабатывается?
29. Какие виды выборки вы знаете?
30. Что вы понимаете под случайной выборкой?
31. Что вы понимаете под механической (систематической) выборкой?
32. В чем особенность стратифицированной (районированной) выборки?
33. Что такое серийная (гнездовая или кластерная) выборка и каковы особенности её применения?
34. Сравните невероятностные и квотные выборки.
35. Что вы понимаете под методом снежного кома?
36. Что такое стихийная выборка? Чем она отличается от выборки типичных случаев.
37. Что вы понимаете под мониторингом рыночной среды?
38. Какие цели и задачи мониторинга рыночной среды вы знаете?
39. Что является объектом мониторинга рыночной среды?
40. Какие основные методы мониторинга рыночной среды вы знаете?
41. Какие задачи статистического прогнозирования рыночной среды вы знаете?
42. Перечислите этапы статистического анализа рыночной среды.
43. В чем заключается сущность технического анализа рыночной среды?
44. Дайте определение факторам, изучаемым с помощью фундаментального анализа рыночной среды.
45. Какие методы фундаментального анализа рыночной среды вы знаете?
46. В чем заключается сущность рейтингового анализа рыночной среды?
47. Какие методы и показатели рейтингового анализа вы знаете?
48. Какие существуют недостатки рейтингового анализа в прогнозировании рыночной среды?
49. В чем заключается сущность экспертного анализа?
50. Дайте определение конъюнктуры как экономической категории.
51. Какие виды конъюнктуры вы знаете?
52. Приведите количественные и качественные характеристики экономической конъюнктуры.
53. Какие циклические факторы формирования экономической конъюнктуры существуют?

54. Охарактеризуйте систему экономических циклов (малых, средних, больших) рыночной конъюнктуры, закономерности их проявления.

55. Как фазы делового цикла (кризис, депрессия, оживление, подъем) могут оказывать влияние на конъюнктуру товарных рынков.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы рефератов

1. Методология комплексного исследования конъюнктуры мирового рынка зерна.
2. Рыночная среда агропродовольственного рынка: факторы формирования и методы оценки.
3. Применение модели «Скрытых издержек» (True Cost Accounting) в исследовании устойчивости мировых агропродовольственных систем.
4. Сравнительный анализ прогнозных моделей развития мировых аграрных рынков (OECD-FAO, USDA, ВШЭ).
5. Трансформация моделей международной торговли сельскохозяйственной продукцией в условиях геоэкономической фрагментации.
6. Влияние нетарифных мер регулирования (санитарных и фитосанитарных норм) на доступ аграрной продукции на рынки стран БРИКС и ЕС.
7. Сдвиги в товарной и географической структуре мирового рынка масличных культур и растительных масел.
8. Формирование и развитие региональных аграрных рынков в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС).
9. Особенности ценообразования на продукцию органического сельского хозяйства в контексте перехода к устойчивым агросистемам.
10. Влияние продовольственной инфляции на доступность продовольствия и структуру потребления в развивающихся странах
11. Инновационный маркетинг в АПК в эпоху цифровой трансформации: SWOT-анализ глобального опыта.
12. Роль больших данных (Big Data) и искусственного интеллекта в прогнозировании ценовых колебаний на мировых аграрных рынках.
13. Цифровизация цепочек поставок как фактор повышения эффективности экспорта агропродовольственной продукции.
14. Нишевые рынки как драйвер устойчивого развития агропродовольственных систем.
15. Особенности формирования и развития рынков продукции с защищенным географическим указанием (PGI/PGI)
16. Рынок «альтернативного белка» (растительного, культивируемого мяса и насекомых): исследование рыночной среды и перспектив замещения традиционного животноводства.
17. Исследование рыночного потенциала агролесомелиорации и продукции лесного хозяйства как элемента «зеленой» экономики.
18. Адаптация российского агропродовольственного комплекса к новым условиям рыночной среды: переориентация экспортных потоков и логистики.