

**Образовательное частное учреждение
Дополнительного профессионального образования «Центр
компьютерного обучения «Специалист» Учебно-научного центра при
МГТУ им. Н.Э. Баумана»
(ОЧУ «Специалист»)**

123317 Москва, Пресненская набережная, д 8, стр. 1, этаж 48, помещение 484с, комната 5
ИНН 7701257303, ОГРН 1037739408189

Утверждаю:

Директор ОЧУ «Специалист»



Т.С.Григорьева/
«01» февраля 2018 года

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
«Подготовка и защита бизнес-плана»**

город Москва

Программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам".

Повышение квалификации слушателей, осуществляемое в соответствии с программой, проводится с использованием модульного принципа построения учебного плана с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в соответствии с законодательством об образовании.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации, разработана образовательной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, включает все модули, указанные в учебном плане.

Содержание оценочных и методических материалов определяется образовательной организацией самостоятельно с учетом положений законодательства об образовании Российской Федерации.

Структура дополнительной профессиональной программы соответствует требованиям Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499.

Объем дополнительной профессиональной программы вне зависимости от применяемых образовательных технологий, должен быть не менее 16 академических часов. Сроки ее освоения определяются образовательной организацией самостоятельно.

Формы обучения слушателей (очная, очно-заочная, заочная) определяются образовательной организацией самостоятельно.

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Для определения структуры дополнительной профессиональной программы и трудоемкости ее освоения может применяться система зачетных единиц. Количество зачетных единиц по дополнительной профессиональной программе устанавливается организацией.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

1. Цель программы:

Научиться самостоятельно составлять бизнес-план для открытия своего бизнеса. Поэтапно реализовывать каждый пункт составленного бизнес-плана, корректировать его в процессе выполнения, определять эффективность проекта исходя из сложившейся ситуации на рынке и запросов клиентов.

Формирование базовых теоретических знаний и практических навыков, необходимых для разработки и презентации бизнес-плана для банков, инвесторов и государственных структур.

Выявление, изучение и анализ возможностей предприятия для определения конечных и промежуточных целей функционирования компании или проекта.

Планируемый результат обучения:

В процессе обучения Слушатель получит навыки разработки бизнес-плана, формулировки бизнес-идеи в письменном виде. Изучит алгоритм создания типового бизнес-плана. Получит знания по расчёту рисков. Овладеет навыками защиты и презентации бизнес-проекта. Дополнительно Вы получите типовые варианты бизнес-планов по нескольким направлениям. В итоге сможет составить и защитить свой бизнес-план.

Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	Направление подготовки
		ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 380301 ЭКОНОМИКА (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)
		Код компетенции
1	способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	ПК-1
2	способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	ПК-2
3	способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	ПК-3
	Способность на основе описание экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	ПК-4
	способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	ПК-5

После окончания обучения Слушатель будет знать:

- Порядок составления бизнес-плана и список разделов, которых обязательно необходимо в нем рассмотреть;

- Алгоритм расчёта чистой приведённой стоимости инвестиционного проекта;
- Как определить внутреннюю норму доходности, индекс рентабельности и период окупаемости инвестиционного проекта;
- Методику выбора инвестиционного проекта по проценту доходности.

После окончания обучения Слушатель будет уметь:

- Письменно формулировать свою бизнес-идею или идею проекта
- Составлять и презентовать план
- Рассчитывать основные финансовые показатели
- Делать доработки по результатам презентации и защиты

Категория слушателей: начинающие своё дело, опытные владельцы бизнеса, руководители, открывающие новое направление или планирующих привлечь заёмные средства под свои проекты.

Требования к предварительной подготовке:

1. Не требуется.

Срок обучения: 20 академических часа.

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная. По желанию слушателя форма обучения может быть изменена и/или дополнена.

Режим занятий: дневной, вечерний, группы выходного дня.

№ п/п	Наименование модулей по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	В том числе		СРС
			Лекций	Практических занятий	
1	Что такое бизнес-план	2	2	0	0
2	Сбор информации и алгоритм составления бизнес-плана	8	6	2	0
3	Финансовая эффективность бизнес-плана	4	0	4	0
4	Анализ рисков бизнес-плана	4	2	2	0
5	Основы презентации и проверки бизнес-плана	2	0	2	0
	Итого:	20	10	10	0
	Итоговая аттестация	Тестирование (зачет)			

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Количество аудиторных занятий при очно-заочной форме обучения составляет 20-25% от общего количества часов.

2. Календарный учебный график

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

Неделя обучения	1	2	3	4	5	6	7	Итого часов
	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
1 неделя	4	4	4	4	4ИА	-	-	20
Итого:								20
Примечание: ИА – Итоговая аттестация (тестирование)								

1. Рабочие программы учебных предметов

Модуль 1. Что такое бизнес-план.

2

- Определение главной цели работы компании.
- Из чего состоит бизнес-план?
- Рекомендуемые формы бизнес планов для банков и для особых экономических зон.
- Услуги на рынке. Купить или делать самому?

Модуль 2. Сбор информации и алгоритм составления бизнес-плана.

8

- Разработка и анализ стратегической составляющей бизнес-плана.
- Определение сил управляющих и изменяющих рынок продаваемых товаров.
- насыщение рынка.
- Предпочтения покупателей и изменение их вкусов.
- Влияние на бизнес экономической ситуации в России и в мире.
- Этапы развития бизнеса:
 - Внедрение;
 - Рост;
 - Зрелость;
 - Спад.
- Анализ тактической составляющей бизнес плана.
- Проведение SWOT анализа.
- Анализ сегментации рынка и способ её определения.
- Определение целевых рынков:
 - Первичного;
 - Вторичного;
 - Третичного.
- Позиционирование товаров и услуг.
- Бренд и условия, способствующие развитию бренда.
- Анализ прибыльности сегментов рынка.
- Выбор стратегии охвата рынка:
 - Не дифференцируемый маркетинг;
 - Дифференцируемый маркетинг;
 - Концентрированный маркетинг.
- Разработка ценовой политики компании:
 - Алгоритм определения цен на основные товары и услуги;
 - Дополнительные продажи;
 - Принцип «Паровоза»;

- Факторы, которые необходимо учитывать при установлении цены.
- Разработка итоговой ценностной значимости продаваемых товаров или оказываемых услуг.
- Разработка процесса реализации товаров и услуг.
- Внедрение маркетинговой информационной системы.
- Планирование эффективной обратной связи от клиентов.

Модуль 3. Финансовая эффективность бизнес-плана.

4

- Постоянные и переменные затраты.
- Точка безубыточности.
- Маржинальная прибыль.
- Определение ставки дисконтирования.
- Основные финансовые показатели:
 - Чистая приведённая стоимость – NPV;
 - Внутренняя норма доходности– IRR;
 - Индекс рентабельности;
 - Период окупаемости.
- Знакомство с функциями EXCEL для расчёта:
 - Чистой приведённой стоимости;
 - Внутренней нормы доходности.

Модуль 4. Анализ рисков бизнес-плана.

4

- Определение рисков.
- Положительные и отрицательные риски.
- Управление рисками.
- Методы сбора и анализа информации:
 - Мозговой штурм;
 - Метод Дельфи;
 - Метод анализа зависимости;
 - Диаграмма Торнадо.
- Составление матрицы рисков бизнес-плана.
- Разработка стратегий реагирования на положительные и отрицательные риски.
- Светофор рисков.
- Методика расчёта рисков.
- Риски, учитываемые в бизнес-плане.

Модуль 5. Основы презентации и проверки бизнес-плана.

2

- Как проводится проверка составленного бизнес-плана?
- Как оформлять бизнес-план.
- Что говорить и что не говорить.
- Как отвечать на вопросы.

2. Организационно-педагогические условия

Соблюдение требований к кадровым условиям реализации дополнительной профессиональной программы:

а) преподавательский состав образовательной организации, обеспечивающий образовательный процесс, обладает высшим образованием и стажем преподавания по изучаемой тематике не менее 1 года и (или) практической работы в областях знаний, предусмотренных модулями программы, не менее 3 (трех) лет;

б) образовательной организацией наряду с традиционными лекционно-семинарскими занятиями применяются современные эффективные методики преподавания с применением интерактивных форм обучения, аудиовизуальных средств, информационно-телекоммуникационных ресурсов и наглядных учебных пособий.

Соблюдение требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дополнительной профессиональной программы:

а) образовательная организация располагает необходимой материально-технической базой, включая современные аудитории, библиотеку, аудиовизуальные средства обучения, мультимедийную аппаратуру, оргтехнику, копировальные аппараты. Материальная база соответствует санитарным и техническим нормам и правилам и обеспечивает проведение всех видов практической и дисциплинарной подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом реализуемой дополнительной профессиональной программы.

б) в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в модулях дополнительной профессиональной программы.

3. Формы аттестации и оценочные материалы

Образовательная организация несет ответственность за качество подготовки слушателей и реализацию дополнительной профессиональной программы в полном объеме в соответствии с учебным планом.

Оценка качества освоения дополнительной профессиональной программы слушателей включает текущий контроль успеваемости и итоговую аттестацию.

Результаты итоговой аттестации слушателей ДПП в соответствии с формой итоговой аттестации, установленной учебным планом, выставляются по двух бальной шкале («зачтено\незачтено»).

Слушателям, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Слушателям, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией.

Результаты итоговой аттестации заносятся в соответствующие документы.

4. Вопросы к Итоговой аттестации

Вопрос 1/50

Что является главной целью работы компании в хорошем бизнес-плане?

Выберите один ответ:

- Удовлетворение запросов клиентов и партнёров фирмы.
- Увеличение объёмов продаж.
- Получение прибыли.

Вопрос 2/50

Для чего в бизнес-плане необходимо представить положение дел в вашей отрасли?

Выберите один ответ:

- Для оценки объёма необходимого финансирования.
- Для оценки того, когда инвестор сможет окупить вложенные инвестиции.
- Для оценки уровня конкуренции и потенциальных возможностей.

Вопрос 3/50

Какие проекты стоит принять к реализации, что бы они были финансово оправданы?

Выберите один ответ:

- Если Индекс рентабельности больше ставки дисконтирования.
- Если Индекс рентабельности больше 0.0
- Если Индекс рентабельности больше 1.0

Вопрос 4/50

Для каких групп пользователей составляется бизнес-план?

Выберите один ответ:

- Для внутренних групп пользователей.
- Для внешних групп пользователей.
- Для внешних и внутренних групп пользователей.

Вопрос 5/50

Из каких частей состоит бизнес-план?

Выберите один ответ:

- Из плана продаж и плана получения финансирования.
- Из идеи бизнес плана, плана продаж и финансовой части.
- Из маркетинговой части и финансовой части.

Вопрос 6/50

Для чего в бизнес-плане необходимо объяснить, как компания финансировалась до настоящего момента?

Выберите один ответ:

- Для обоснования того, что предыдущее финансирование прекратилось и сейчас компании необходимо новое финансирование.
- Для того, что бы инвестор понял, что компания сможет реализовать бизнес-план.
- Для того, что бы инвестор понял, какими путями ранее осуществлялось финансирование компании.

Вопрос 7/50

На что больше всего влияет период окупаемости инвестиционного проекта?

Выберите один ответ:

- На уровень риска.
- На внутреннюю норму доходности.
- На чистую приведённую стоимость.

Вопрос 8/50

По какому показателю необходимо оценивать финансовую эффективность продаж товара?

Выберите один ответ:

- По прибыли.
- По объёму реализации.
- По марже.

Вопрос 9/50

На каких этапах развития бизнеса число компаний, работающих в этом бизнесе, будет максимальное?

Выберите один ответ:

- На этапе роста.
- На этапе спада.
- На этапе зрелости.

Вопрос 10/50

В какой последовательности необходимо осуществлять процесс целевого маркетинга?

Выберите один ответ:

- Сегментация рынка, потом определение целевого рынка и в конце позиционирование.

- Определение целевого рынка, потом сегментация рынка и в конце позиционирование.
- Позиционирование, потом сегментация рынка и в конце определение целевого рынка покупателей.

Вопрос 11/50

Что не является методом сбора информации для выработки правильного решения по рискам?

Выберите один ответ:

- Метод Дельфи.
- Принцип паровоза.
- SWOT анализ.

Вопрос 12/50

Какую стратегию охвата рынка необходимо использовать на однородном рынке?

Выберите один ответ:

- Стратегию концентрированного маркетинга.
- Стратегию дифференцированного маркетинга.
- Стратегию недифференцированного маркетинга.

Вопрос 13/50

В какой области, при написании бизнес-плана, возникают наибольшие ошибки, приводящие к убыткам при реализации бизнес-плана?

Выберите один ответ:

- Уровень накладных расходов оказывается больше.
- План продаж часто составляется с завышением.
- Себестоимость продаваемых товаров или оказываемых услуг оказывается существенно выше.

Вопрос 14/50

Чему равна точка безубыточности, если цена реализации равна 80, себестоимость 30, а накладные расходы 2400?

Выберите один ответ:

- 48 штук.

- 80 штук.
- 30 штук.

Вопрос 15/50

От чего зависит ставка дисконтирования?

Выберите один ответ:

- От уровня риска.
- От суммы инвестирования.
- От срока инвестирования.

Вопрос 16/50

В какой инвестиционный проект Вы бы вложили деньги в первую очередь?

Выберите один ответ:

- В проект с максимальной чистой приведённой стоимостью.
- В проект с наиболее быстрой окупаемостью.
- В проект с максимальной внутренней нормой доходности.

Вопрос 17/50

Для чего необходимо указывать информацию о владельцах компании, ее юридическом статусе в бизнес-плане?

Выберите один ответ:

- Для оценки предыдущего опыта работы компании в данной области.
- Для понимания того, у кого требовать обратно деньги, если бизнес-план не получит прибыль.
- Для оценки уровня налоговой нагрузки.

Вопрос 18/50

По каким двум измерениям строится матрица рисков?

Выберите один ответ:

- Вероятность риска и сила его воздействия.
- Сила воздействия риска и ожидаемое время наступления риска.
- Ожидаемое время наступления риска и его вероятность.

Вопрос 19/50

Как по-другому называется дисконтированная норма прибыли?

Выберите один ответ:

- Чистая приведённая стоимость.
- Внутренняя норма доходности.
- Индекс рентабельности.

Вопрос 20/50

Что не является стратегией реагирования на положительные риски?

Выберите один ответ:

- Усиление.
- Использование.
- Передача.

Вопрос 21/50

Какие расходы являются постоянными?

Выберите один ответ:

- Услуги по монтажу оборудования у клиента.
- Реклама.
- Доставка товара от поставщика до склада.

Вопрос 22/50

Какие расходы являются переменными?

Выберите один ответ:

- Премияльная часть заработной платы отдела продаж.
- Затраты на лицензирование продукции.
- Аренда склада для продаваемой продукции.

Вопрос 23/50

Какие расходы являются переменными?

Выберите один ответ:

- Зарботная плата директора.
- Аренда офиса.
- Премияльная часть заработной платы отдела продаж.

Вопрос 24/50

Что необходимо делать в процессе реализации бизнес-плана по рискам входящим в жёлтую зону матрицы рисков?

Выберите один ответ:

- Игнорировать.
- Управлять.
- Наблюдать.

Вопрос 25/50

На каких этапах развития бизнеса затраты компании будут максимальные?

Выберите один ответ:

- На этапе внедрения.
- На этапе зрелости.
- На этапе роста.

Вопрос 26/50

Какую стратегию охвата рынка необходимо использовать, если конкуренты используют сегментацию?

Выберите один ответ:

- Стратегию концентрированного маркетинга.
- Стратегию дифференцированного маркетинга.
- Стратегию недифференцированного маркетинга.

Вопрос 27/50

Когда рекомендуется составлять краткое резюме бизнес-плана?

Выберите один ответ:

- После написания бизнес-плана.
- Перед составлением бизнес-плана.

- В процессе написания бизнес-плана.

Вопрос 28/50

Компания продает столы, стулья и тумбочки. Какие расходы уменьшают маржу от реализации стульев?

Выберите один ответ:

- Затраты на аренду склада.
- Затраты на доставку стульев.
- Затраты на аренду склада, если на складе хранятся только стулья.

Вопрос 29/50

Какие методы не используются для анализа рисков?

Выберите один ответ:

- Метод анализ зависимостей.
- Диаграмма "Торнадо".
- Оценка по чистой приведённой стоимости.

Вопрос 30/50

Какой финансовый отчёт является наиболее важным в бизнес-плане?

Выберите один ответ:

- Отчёт о движении денежных средств.
- Отчёт о прибылях и убытках.
- Баланс.

Вопрос 31/50

Какой функцией в EXCEL можно рассчитать точную ставку процентов, полученных от инвестиций дохода в течение срока их вложений?

Выберите один ответ:

- = ЧПС()
- = ПЛТ()
- = ВСД()

Вопрос 32/50

Что необходимо делать в процессе реализации бизнес-плана по рискам входящим в зелёную зону матрицы рисков?

Выберите один ответ:

- Игнорировать.
- Управлять.
- Наблюдать.

Вопрос 33/50

В какой целевой рынок входят клиенты, которые в состоянии покупать товар или услугу, но менее готовы и хотят это делать?

Выберите один ответ:

- В первичный целевой рынок.
- В третичный целевой рынок.
- Во вторичный целевой рынок.

Вопрос 34/50

На основании чего необходимо принимать решение о рекламе?

Выберите один ответ:

- На основании количества поступивших звонков.
- На основании стоимости рекламы.
- На основании информации о целевом рынке.

Вопрос 35/50

Используется или нет стоимость денег при расчёте периода окупаемости?

Выберите один ответ:

- Стоимость денег используется при расчёте периода окупаемости, если инвестиционный проект получается убыточным.
- Стоимость денег используется при расчёте периода окупаемости.
- Стоимость денег не используется при расчёте периода окупаемости.

Вопрос 36/50

Какие расходы являются постоянными?

Выберите один ответ:

- Себестоимость товара.
- Расходы по доставке товара покупателям.
- Налог на имущество.

Вопрос 37/50

Какой функцией в EXCEL можно рассчитать приведённую стоимость чистых поступлений денежных средств минус первоначальные инвестиционные затраты на проект капиталовложений?

Выберите один ответ:

- = ВСД()
- = ЧПС()
- = ПЛТ()

Вопрос 38/50

О чем говорит тот факт, что если после проработки бизнес-плана менеджер не знает что можно добавить, если ему выделяют 120% запрашиваемых средств?

Выберите один ответ:

- Это говорит о том, что все затраты выверены в бизнес-плане.
- Это говорит о том, что бизнес-план необходимо отправить на доработку.
- Это говорит о том, что менеджер считает, что дополнительные затраты не принесут ожидаемой выгоды.

Вопрос 39/50

Для расчёта точки безубыточности необходимо:

Выберите один ответ:

- Постоянные издержки разделить на переменные издержки.
- Постоянные издержки разделить на маржу с одной единицы продукции.
- Маржу с одной единицы продукции разделить на постоянные издержки.

Вопрос 40/50

На каких этапах развития бизнеса уровень конкуренции будет максимальным?

Выберите один ответ:

- На этапе насыщения.
- На этапе роста.
- На этапе зрелости.

Вопрос 41/50

Что необходимо делать в процессе реализации бизнес-плана по рискам, входящим в красную зону матрицы рисков?

Выберите один ответ:

- Игнорировать.
- Управлять.
- Наблюдать.

Вопрос 42/50

В какой целевой рынок входят клиенты, которые в высшей степени готовы, способны и хотят получить товар или услугу?

Выберите один ответ:

- В третичный целевой рынок.
- Во вторичный целевой рынок.
- В первичный целевой рынок.

Вопрос 43/50

Какую стратегию охвата рынка необходимо использовать, если ресурсы компании ограничены?

Выберите один ответ:

- Стратегию недифференцированного маркетинга.
- Стратегию концентрированного маркетинга.
- Стратегию дифференцированного маркетинга.

Вопрос 44/50

Что не является стратегией реагирования на негативные риски?

Выберите один ответ:

- Совместное использование.

- Снижение.
- Планирование.

Вопрос 45/50

Кто является пользователем маркетинговой информационной системы?

Выберите один ответ:

- Руководители и сотрудники компании.
- Руководители и внешние пользователи.
- Руководители, внешние пользователи и сотрудники компании.

Вопрос 46/50

Какие расходы уменьшают маржу от оказанных медицинских услуг?

Выберите один ответ:

- Затраты на аренду медицинского кабинета врача.
- Затраты на рекламу данного вида медицинских услуг.
- Стоимость использованных расходных материалов.

Вопрос 47/50

В какой части бизнес-плана должно находиться краткое резюме?

Выберите один ответ:

- В середине бизнес-плана.
- В конце бизнес-плана.
- В начале бизнес-плана.

Вопрос 48/50

О чем говорит тот факт, что если после проработки бизнес-плана менеджер не знает от чего можно отказаться, если ему дадут только 80% запрашиваемых средств?

Выберите один ответ:

- Это говорит о том, что менеджер считает, что дополнительные затраты не принесут ожидаемой выгоды.
- Это говорит о том, что бизнес-план необходимо отправить на доработку.
- Это говорит о том, что все затраты важны для реализации проекта.

Вопрос 49/50

От чего не зависит оптимальная цена на продаваемые товары, при которой прибыль максимальная?

Выберите один ответ:

- От величины накладных расходов.
- От себестоимости продаваемых товаров.
- От эластичности спроса на продаваемые товары.

Вопрос 50/50

В какой целевой рынок входят клиенты, которые не в состоянии покупать товар или услугу, но эта возможность у них может появиться?

Выберите один ответ:

- В третичный целевой рынок.
- Во вторичный целевой рынок.
- В первичный целевой рынок.