

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет туризма и сервиса»
(ФГБОУ ВО «РГУТИС»)

**Федеральный ресурсный центр подготовки кадров
для индустрии туризма и гостеприимства**

ПРИНЯТО:
Ученым Советом
ФГБОУ ВО «РГУТИС»
Протокол
от 27 апреля 2026 г. № 18

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Федерального ресурсного
центра подготовки кадров для
индустрии туризма и гостеприимства

(подпись) О. А. Подольский
(Ф. И. О.)

М.П.

«27» апреля 2026 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Стратегическое управление коммерческой деятельностью отеля»

Программа повышения квалификации разработана совместно с
управляющими компаниями «Юнайтед Хоспиталити»
и «Альянс Отель Менеджмент»

Руководитель программы
генеральный директор
«ООО «Диджитал Сервис»»

С. В. Скорбенко

подпись

Согласовано:
заместитель директора
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства

И. В. Насикан

подпись

начальник департамента
разработки программ
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства

Т. И. Оконникова

подпись

начальник департамента
внутреннего мониторинга
качества образования
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства

А. С. Кусков

подпись

1. Аннотация программы

1.1. Цель освоения программы: совершенствование и формирование у слушателей новых компетенций в рамках имеющейся квалификации в области стратегического управления коммерческой деятельностью гостиничного предприятия, обеспечивающих способность самостоятельно разрабатывать и реализовывать эффективную коммерческую стратегию отеля, направленную на максимизацию доходов, оптимизацию бизнес-процессов продаж и маркетинга, а также повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности объекта в условиях динамичных рыночных изменений.

1.2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение: к освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие высшее образование.

1.3. Трудоемкость программы (в часах): 36 часов.

1.4. Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

1.5. Планируемые результаты освоения программы: перечень осваиваемых компетенций составлен с учетом требований профессиональных стандартов «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. № 282н), в соответствии с обобщенной трудовой функцией В (6 уровень квалификации), и «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 ноября 2023 года № 790н), в соответствии с обобщенной трудовой функцией А (6 уровень квалификации).

Таблица 1. Виды профессиональной деятельности и трудовые функции

Профессиональный стандарт / справочник квалификационных требований	Виды профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция / функциональные обязанности (уровень квалификации)	Трудовая функция
Профессиональный стандарт «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц» (приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 07.05.2015 г. № 282н)	Управление гостиничным комплексом и иными средствами размещения	ОТФ В. Управление текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса (6 уровень квалификации)	ТФ В/01.6 Управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса ТФ В/02.6 Взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами ТФ В/03.6 Контроль и оценка

Профессиональный стандарт / справочник квалификационных требований	Виды профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция / функциональные обязанности (уровень квалификации)	Трудовая функция
			эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса
Профессиональный стандарт «Маркетолог» (приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.11.2023 г. № 790н)	Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	ОТФ А Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга (6 уровень квалификации)	ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Таблица 2. Профессиональные компетенции в соответствии с видами профессиональной деятельности

Виды профессиональной деятельности	Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	Знания	Умения	Практический опыт (при наличии)
Управление гостиничным комплексом и иными средствами размещения	ПК-1 Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	– знает законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг – знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения	– умеет осуществлять планирование, организацию, координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; – умеет проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в соответствии с требованиями законодательства	– владеет стратегическими и тактическими методами анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале; – владеет навыками формирования коммерческой стратегии и системы бизнес-процессов гостиничного комплекса

	ПК-2 Способен организовывать взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	<ul style="list-style-type: none"> – знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; – знает специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 	<ul style="list-style-type: none"> – умеет планировать и организовывать деятельность департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; – умеет использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 	<ul style="list-style-type: none"> – владеет методами планирования и организации текущей деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса и взаимодействия с потребителями; – владеет навыками работы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	ПК-3 Способен осуществлять контроль и оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	<ul style="list-style-type: none"> – знает принципы и методы создания системы контроля работы персонала гостиничного комплекса; – знает способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; – знает ценовые стратегии, методы управления доходами и оценки эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса 	<ul style="list-style-type: none"> – умеет анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия; – умеет применять ценовые стратегии, методы управления доходами и оценивать эффективность деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса 	<ul style="list-style-type: none"> – владеет формами и методами контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; – владеет инструментами выявления проблем в системе контроля гостиничного комплекса; – владеет навыками формирования ценовой стратегии, управления доходами и определения уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса
Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	ПК-4 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> – знает методы проведения маркетингового исследования – знает методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек гостиничного предприятия; – знает основы маркетинга и рекламы услуг, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга 	<ul style="list-style-type: none"> – умеет проводить маркетинговые исследования, управлять рекламой; – умеет давать рекомендации по разработке новых услуг и продуктов, решающих проблемы клиентов, по улучшению качества обслуживания клиентов и совершенствованию стандартов сервиса 	<ul style="list-style-type: none"> – владеет процессом проведения маркетинговых исследований; – владеет методиками расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек отеля, предложениями по улучшению системы маркетинговых коммуникаций, в том числе рекламы, и каналов продвижения услуг отеля

2. Учебный план

№ п/п	Перечень модулей и разделов	Трудоёмкость, час	Контактная работа, час			СРС
			Лекции	Практические занятия		
					<i>в т. ч. в форме практической подготовки</i>	
1.	Стратегические основы коммерческой деятельности отеля	8	2	2	2	4
1.1.	Стратегическое управление коммерческой деятельностью: понятие, цели, задачи	2	1	-	-	1
1.2.	Модели и методы стратегического анализа	2	-	1	1	1
1.3.	Формирование коммерческой стратегии: миссия, цели, ключевые показатели эффективности (KPI)	4	1	1	1	2
2.	Ключевые компоненты коммерческой деятельности отеля	15	4	4	4	7
2.1.	Управление продажами и организация работы коммерческой службы	4	1	1	1	2
2.2.	Ценовая стратегия и управление доходами (Revenue Management)	4	1	1	1	2
2.3.	Маркетинговые коммуникации и продвижение	4	1	1	1	2
2.4.	Запуск и управление рекламой: Яндекс и другие практические инструменты	3	1	1	1	1
3.	Реализация и контроль финансово-ориентированной стратегии продаж	12	2	4	4	6
3.1.	Бюджетирование коммерческой деятельности с фокусом на эффективность и увеличение производительности труда	4	1	1	1	2
3.2.	Оценка рентабельности каналов продаж и клиентских сегментов	4	1	1	1	2
3.3.	Оценка эффективности рекламных каналов и точек контакта	4	-	2	2	2
Итоговая аттестация		1	в форме тестирования			1
ИТОГО		36	8	10	10	18

3. Календарный учебный график

УЗ ДОТ – учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий

СРС – самостоятельная работа слушателей

ИА – итоговая аттестация

Период обучения – 3 недели		
1 неделя	2 неделя	3 неделя
УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС, ИА

4. Рабочие программы

Раздел 1. Стратегические основы коммерческой деятельности отеля

Тема 1.1. Стратегическое управление коммерческой деятельностью: понятие, цели, задачи. Определение коммерческой деятельности отеля, её место в общей стратегии предприятия. Цели и задачи коммерческой службы (1 ч. – лекция; 1 ч. – самостоятельная работа).

Тема 1.2. Модели и методы стратегического анализа. SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ конкурентной среды, анализ портфеля (матрица Ансоффа, БКГ). Методы сбора и обработки информации о рынке, конкурентах, потребителях. Практическое применение инструментов анализа для выявления точек роста (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – самостоятельная работа).

Тема 1.3. Формирование коммерческой стратегии: миссия, цели, ключевые показатели эффективности (KPI). Этапы разработки коммерческой стратегии. Определение миссии, видения, стратегических и тактических целей. Постановка SMART-целей. Выбор стратегических альтернатив (лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование). Система KPI для оценки достижения целей (1 ч. – лекция; 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Раздел 2. Ключевые компоненты коммерческой деятельности отеля

Тема 2.1. Управление продажами и организация работы коммерческой службы. Структура коммерческой службы (отдел продаж, маркетинга, управления доходами). Воронка продаж: этапы, управление, оценка эффективности. Работа с корпоративными клиентами, группами, сегментами. Мотивация и KPI коммерческого персонала (1 ч. – лекция; 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 2.2. Ценовая стратегия и управление доходами (Revenue Management). Основы управления доходами. Инструменты управления доходами (PMS, RMS, менеджеры каналов). Методы оценки эффективности (1 ч. – лекция; 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации и продвижение. Маркетинговые каналы отеля: официальный сайт, OTA, социальные сети, email-маркетинг, PR. Выбор каналов в зависимости от типа отеля и целевой аудитории. Контент-маркетинг, работа с отзывами и репутацией, партнерские программы (1 ч. – лекция; 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 2.4. Запуск и управление рекламой: Яндекс и другие практические инструменты. Основы работы в Яндекс. Создание эффективных рекламных объявлений для отеля. Аналитика и оптимизация рекламных кампаний: Яндекс.Метрика, цели, коллтрекинг, оценка ROI. Разработка и запуск рекламной кампании для отеля (1 ч. – лекция; 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – самостоятельная работа).

Раздел 3. Реализация и контроль финансово-ориентированной стратегии продаж

Тема 3.1. Бюджетирование коммерческой деятельности с фокусом на эффективность и увеличение производительности труда. Структура бюджета коммерческой службы. Планирование выручки по сегментам, каналам, периодам. Планирование затрат на маркетинг, рекламу, комиссии. Контроль исполнения бюджета, анализ отклонений (1 ч. – лекция; 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 3.2. Оценка рентабельности каналов продаж и клиентских сегментов. Система ключевых показателей эффективности коммерческой деятельности. Финансовые и нефинансовые метрики. Оценка эффективности каналов продаж с учётом затрат. Анализ рентабельности клиентских сегментов. Использование аналитических инструментов (Яндекс.Метрика, отчеты RMS) (1 ч. – лекция; 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 3.3. Оценка эффективности рекламных каналов и точек контакта. Связка клик/показ с фактическим бронированием (использование UTM-меток, коллтрекинга, целей в Яндекс.Метрике). Оценка рентабельности каналов с учётом комиссий (ОТА и прямые продажи). Сравнительный анализ эффективности (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и совершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.

Практико-ориентированные задания для самостоятельной работы приведены в учебно-методическом комплексе для самостоятельной работы слушателя.

5. Формы аттестации и оценочные материалы

Форма итоговой аттестации – зачет. Зачет предполагает оценивание всех компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) новых компетенций, сформированных в результате освоения программы:

ПК-1 Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса;

ПК-2 Способен организовывать взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами;

ПК-3 Способен осуществлять контроль и оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса;

ПК-4 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Зачет проводится в форме тестирования с использованием системы прокторинга. Тест состоит из 10-15 вопросов, составленных по материалам всех разделов программы повышения квалификации. Время на выполнение теста – 20 минут. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

Примеры тестовых вопросов:

1. Что из перечисленного является элементом Уникального торгового предложения (УТП) отеля?
 - А. Количество номеров.
 - Б. Уникальное преимущество перед конкурентами.
 - В. Год постройки здания.
 - Г. Юридический адрес.
2. Какой инструмент Яндекс.Директа позволяет показывать объявления пользователям, которые уже были на сайте отеля?
 - А. Ретаргетинг.
 - Б. Таргетинг по полу.
 - В. Минус-слова.
 - Г. Расширение «Визитка».
3. Что из перечисленного относится к PR-инструментам в гостиничном бизнесе?
 - А. Настройка Яндекс.Директ.
 - Б. Пресс-релиз об открытии отеля.
 - В. Установка счётчиков Яндекс.Метрики.
 - Г. Рассылка коммерческого предложения туроператорам.
4. Что из перечисленного относится к прямым каналам продаж отеля?
 - А. Онлайн-турагентства.
 - Б. Официальный сайт.
 - В. Туроператоры.
 - Г. Глобальные системы дистрибуции.
5. Какой метод анализа используется для выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз?
 - А. PEST-анализ.
 - Б. SWOT-анализ.
 - В. ABC-анализ.
 - Г. Анализ пяти сил Портера.

6. Организационно-педагогические условия реализации

6.1. Материально-технические условия

Вид учебного занятия	Материально-технические условия
<i>Учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий</i>	Доступ педагогических работников и слушателей к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиокolonками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, веб-камерой, микрофоном, офисным программным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf. Дополнительно для организаторов необходимы студия для видеозаписи занятий и проведения онлайн-занятий, программное обеспечение для создания онлайн-конференций, записи видео и потокового вещания, видеоредактор.
<i>Самостоятельная работа слушателей</i>	доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиокolonками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, офисным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf.
<i>Итоговая аттестация с использованием системы прокторинга</i>	Доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС; ЭВМ с операционной системой (не ниже Windows 7+, macOS 10.12 «Sierra», Linux) монитором или интегрированным экраном или мобильное устройство (Android 4.4+ Chrome 72+, iOS 13+ Safari), веб-камерой (640x480, 15 кадров/с), микрофоном, аудиокolonками и/или наушниками; веб-браузер (Chrome 72+, Opera 59+, Firefox 66+, Edge 79+, Яндекс.Браузер 19.3+, Safari 12.x+); доступ в сеть Интернет (не менее 256 Кбит/с).

6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

В число учебно-методических материалов программы включены: учебно-методический комплекс, содержащий учебные материалы для самостоятельной работы слушателей, список рекомендуемой литературы и перечень информационных источников (является неотъемлемой частью программы повышения квалификации).

Список рекомендуемой литературы:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462.
2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Правительством РФ от 20.09.2019 г. № 2129-п):
<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648>.
3. Национальный проект «Туризм и гостеприимство»

<http://government.ru/rugovclassifier/920/about>.

4. Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» (утв. постановлением Правительства РФ от 24.12.2021 г. № 2439):

<https://base.garant.ru/403336467>.

5. Федеральный закон РФ от 13.03.2006 г. № 108-ФЗ «О рекламе»

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968.

6. Постановление Правительства РФ от 27.12.2024 г. № 1951 «Об утверждении Положения о классификации средств размещения»

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_495340/900910777f3217c00bda3f2f831ed6d26e7c67e6/

7. Постановление Правительства РФ от 27.11.2025 г. № 1912 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг и услуг иных средств размещения в Российской Федерации»

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_520177.

8. Антонов Г. Д. Стратегическое управление организацией: учебное пособие / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 239 с.: <https://znanium.com/catalog/product/1057763>.

9. Баумгартен Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: практикум / Л. В. Баумгартен. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2024. – 216 с.:

<https://znanium.com/catalog/product/2124356>.

10. Киреева Ю. А. Индустрия гостеприимства: зарубежный опыт применения инновационных технологий в области продаж и маркетинга / Ю. А. Киреева, Е. Е. Коновалова, М. С. Филатова. // Сервис plus, 2023. – Т. 17. – № 3. – С. 24-31.

11. Ключевская И. С. Маркетинг гостиничного предприятия: учебное пособие / И. С. Ключевская. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 236 с.

12. Ключевская И. С. Продвижение гостиничного предприятия в новых экономических условиях развития рынка: тренды и особенности: монография / И.С. Ключевская. – М.: ИНФРА-М, 2025. – 219 с.:

<https://znanium.ru/catalog/product/2169738>.

13. Макушева О. Н. Современные маркетинговые инструменты продвижения гостиничных услуг / О. Н. Макушева, Е. Е. Коновалова. // Сервис plus, 2024. – Т. 18. – № 3. – С. 186-200.

14. Муртузалиева Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2022. – 166 с.

15. Наумов В. Н. Стратегический маркетинг: учебник / В. Н. Наумов. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 356 с.: <https://znanium.ru/catalog/product/2085051>.

16. Никольская Е. Ю. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг: учебник / Е. Ю. Никольская, Л. А. Попов, А. П. Ковальчук. – М.: КноРус, 2024. – 343 с.

17. Организация гостиничного дела: учебное пособие / под ред. Л. И. Черниковой. – М.: КноРус, 2025. – 192 с.

18. Скабеева Л.И. Организация и контроль текущей деятельности подразделений и служб предприятий гостеприимства: учебник / Л. И. Скабеева, Л. Л. Духовная. – М.: КноРус, 2023. – 219 с.

19. Современные тенденции маркетинга в отраслях и сферах деятельности: монография / под ред. А. Л. Абаева, Е. Е. Кузьминой. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2024. – 242 с.: <https://znanium.ru/catalog/product/2161334>.

20. Технология и организация гостиничных услуг: учебник / Л. Н. Семеркова, В. А. Белякова, Т. И. Шерстобитова, С. В. Латынова. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 320 с.: <https://znanium.ru/catalog/product/2127009>.

Информационные материалы:

1. СПС «КонсультантПлюс»: <http://www.consultant.ru>
2. СПС «Гарант»: <http://www.garant.ru> .
3. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru>.
4. Электронная библиотечная система Znanium.ru: <http://znanium.ru>.
5. Электронно-библиотечная система: <https://book.ru>.
6. Журнал «Гостиничное дело»:
<https://panor.ru/magazines/gostinichnoe-delo.html#>
7. Журнал «Современный отель»: <https://hotel.report>.
8. Журнал «Практический маркетинг»: <https://bci-marketing.ru..>
9. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»: <http://www.mavriz.ru>.
10. Российская Гостиничная Ассоциация (РГА): <https://rha.ru>.
11. Росстандарт. Стандарты и регламенты: <https://www.rst.gov.ru>.

6.3. Кадровые условия

Реализация программы обеспечивается ведущими преподавателями и научными работниками университета, других образовательных организаций, а также ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности, имеющими высшее образование.

Сведения о кадровом составе

Ф.И.О. преподавателя	Образование, вуз, год окончания, специальность/направление подготовки, квалификация	Место работы, должность Основное/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
					Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Скорбенко Сергей Викторович	Высшее, Академия ФСБ России, 1997 г., специальность «Автоматическая электросвязь», квалификация «Инженер электросвязи», Дополнительное образование, Государственный университет управления, 2005, программа переподготовки «Мастер делового администрирования (МВА)»	ООО «Диджитал Сервис», генеральный директор	-	23	-	-	1.1. Стратегическое управление коммерческой деятельностью: понятие, цели, задачи; 1.2. Модели и методы стратегического анализа; 1.3. Формирование коммерческой стратегии: миссия, цели, ключевые показатели эффективности (KPI); 2.1. Управление продажами и организация работы коммерческой службы; 2.2. Ценовая стратегия и управление доходами (Revenue Management); 2.3. Маркетинговые коммуникации и продвижение; 3.1. Бюджетирование коммерческой деятельности с фокусом на эффективность и увеличение производительности труда; 3.2. Оценка рентабельности каналов продаж и клиентских сегментов.
Самохина Светлана Васильевна	Высшее, Брянский государственный технический университет, 2008 г., специальность «Экономика и управление на предприятии (в машиностроении)», квалификация «Экономист-менеджер»	Агентство интернет-маркетинга и рекламы «DigitalWill», руководитель отдела контекстной рекламы	-	12	-	-	2.4. Запуск и управление рекламой: Яндекс и другие практические инструменты; 3.3. Оценка эффективности рекламных каналов и точек контакта