

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения  
Императора Александра I»  
(ФГБОУ ВО ПГУПС)  
Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

**ПРОГРАММА**  
Производственной практики

Б.2.П.В.2 «ПРАКТИКА ПО ПРОВЕДЕНИЮ ИССЛЕДОВАНИЙ В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

для направления подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»

по профилю  
«Маркетинг в цифровой среде»  
Форма обучения – очная

Санкт-Петербург  
2025

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»  
Протокол № 05.2 от 14 января 2025 г.

И.о. зав. кафедрой  
«Менеджмент и маркетинг»  
14 января 2025 г.

*E.M. Ерилов*

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОПОП ВО  
14 января 2025 г.

*E.M. Ерилов*

### **1. Вид практики, способы и формы ее проведения**

Программа практики «Практика по проведению исследований в сети «Интернет»  
составлена в соответствии с требованиями федерального государственного

образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ Минобрнауки России № 970, с учетом профессиональных стандартов

06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н)

06.043 Специалист по интернет-маркетингу (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н)

Вид практики – производственная.

Тип практики – технологическая (проектно-технологическая).

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Практика проводится дискретно по видам практик или по периодам проведения практик.

Практическая подготовка может быть организована как непосредственно в Университете, так и в профильных организациях, руководствующихся в своей деятельности профессиональными стандартами

06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н)

06.043 Специалист по интернет-маркетингу (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н)

## **2. Перечень планируемых результатов практической подготовки при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Проведение практики направлено на практическую подготовку обучающегося к будущей профессиональной деятельности. Практическая подготовка осуществляется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций (части компетенций) по профилю образовательной программы.

Сформированность компетенций (части компетенции) оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты прохождения практики
<i>ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</i>	
ПК-2.3.2. Владеет методами по выбору маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации и методиками их применения	Обучающийся владеет методами: выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации и методиками их применения
ПК-2.3.5. Владеет навыками по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организаций в целом	Обучающийся владеет навыками: согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организаций в целом
<i>ПК-4 Контроль и оценка эффективности результата продвижения продукции СМИ</i>	
ПК-4.3.3. Владеет методами оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	Обучающийся владеет методами: оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции

<b>Индикаторы достижения компетенций</b>	<b>Результаты прохождения практики</b>
<i>ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	
ПК-5.3.1. Владеет навыками проведения исследований веб-сайтов конкурентов	Обучающийся владеет навыками: проведения исследований веб-сайтов конкурентов
ПК-5.3.2. Владеет методами проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения	Обучающийся владеет методами: проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
<i>ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	
ПК-6.3.1. Владеет навыками исследования поведения посетителей веб-сайта	Обучающийся владеет навыками: Исследование поведения посетителей веб-сайта
ПК-6.3.2. Владеет навыками выявления и составления списка конкурирующих веб-сайтов	Обучающийся владеет навыками: выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов
<i>ПК-7 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	
ПК-7.3.1. Владеет навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся владеет навыками: проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-7.3.2. Владеет навыками анализа тенденции изменения спроса	Обучающийся владеет навыками: анализ тенденции изменения спроса
ПК-7.3.3. Владеет методами прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин	Обучающийся владеет методами: прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
<i>ПК-8 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	
ПК-8.3.1. Владеет методами подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся владеет методами: подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-8.3.2. Владеет навыками по разработке показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся владеет навыками: разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-8.3.3. Владеет навыками составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся владеет навыками: составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
<i>ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	
ПК-9.3.2. Владеет навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся владеет навыками: Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

### **3. Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Практика «Практика по проведению исследований в сети «Интернет» (Б2.П.В.2) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» и является обязательной.

### **4. Объем практики и ее продолжительность**

Практика проводится концентрировано.

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Всего</b>
Контактная работа: практические занятия (ПЗ)	2
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	210
Общая трудоемкость: час / з.е.	216/6
В том числе, форма контроля знаний, час.	Зачет,4
Продолжительность практики: недель	4

### **5. Содержание практики**

Требования к содержанию практики, примерная тематика индивидуальных заданий представлены в Методических указаниях по прохождению практики.

### **6. Формы отчетности**

По итогам практики обучающимся составляется отчет с учетом требований индивидуального задания, выданного руководителем практики от Университета.

Структура отчета по практике, требования к оформлению и процедуре защиты приведены в Методических указаниях по прохождению практики.

### **7. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

Оценочные материалы по практике являются неотъемлемой частью программы практики и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

### **8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по практике**

8.1. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики, определяется в соответствии с индивидуальным заданием, с рабочим местом и видами работ, выполняемыми обучающимися в организации.

Для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по практике Университет имеет помещения, которые представляют собой учебные аудитории, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащеные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- Операционная система Windows;
- MS Office;
- Антивирус Касперский;
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ».

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

- Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru
- Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru
- Образовательная платформа ЮРАЙТ. – URL: <https://urait.ru/>— Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru
- Электронно-библиотечная система Консультант студента URL: <https://www.studentlibrary.ru/>— Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru
- Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> — Режим доступа: свободный.
- Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - URL: <http://cyberleninka.ru/> — Режим доступа: свободный.
- Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

Национальный Открытый Университет "ИНТУИТ". Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.5. Перечень печатных и электронных изданий, используемых в образовательном процессе:

- 1 Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 164 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04874-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4](http://www.biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4).
- 2 Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 376 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05049-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/BD0A962E-13ED-4054-9920-4591B4C59BE](http://www.biblio-online.ru/book/BD0A962E-13ED-4054-9920-4591B4C59BE).
- 3 Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 219 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05052-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/F106DCAA-C3E2-4814-A78C-3E3527DEDF95](http://www.biblio-online.ru/book/F106DCAA-C3E2-4814-A78C-3E3527DEDF95).
- 4 Полынская, Г. А. Информационные системы маркетинга : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. А. Полынская. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02686-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/4B3E6666-314B-431A-AEEA-9D76D004DE46](http://www.biblio-online.ru/book/4B3E6666-314B-431A-AEEA-9D76D004DE46).

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

- Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: my.pgups.ru — Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: https://sdo.pgups.ru — Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: http://www.economy.gov.ru — Режим доступа: свободный;
- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – URL: http://docs.cntd.ru/ — Режим доступа: свободный.

Разработчик программы, ст. преподаватель  
14 января 2025 г.

Е.М. Ершов