

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
учебной практики

Б2.У.В.1 «ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА»

для направления подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

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

Санкт-Петербург
2026

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Протокол № 6 от 28 января 2026 г.

Зав. кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»
28 января 2026 г.

_____ О.В. Ваганова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО
28 января 2026 г.

_____ Е.М. Ершов

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Программа практики «Информационно-аналитическая практика» 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 – учебная.

а также на основании требований к выпускнику по направлению 38.03.02 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг в цифровой среде» подписал Заместитель начальника по маркетингу и финансово-экономическим вопросам Северо-Западного филиала АО «ФПК» В.В. Дядичкин

Тип практики – ознакомительная.

Способ проведения практики – стационарная.

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)

Вид практики – учебная.

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 компетенции (части компетенций) по профилю образовательной программы.

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

Индикаторы достижения компетенций	Результаты прохождения практики
ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ	
ПК-1.3.1. Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Обучающийся владеет: – навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке
ПК-1.3.5. Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Обучающийся владеет: – навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке
ПК-4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	

Индикаторы достижения компетенций	Результаты прохождения практики
ПК-4.3.2. Владеет навыками по организации сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ	Обучающийся владеет: – навыками по организации сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции
ПК-7 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
ПК-7.3.2. Владеет навыками анализа тенденции изменения спроса	Обучающийся владеет: – навыками анализа тенденции изменения спроса
ПК-8 Разработка методики, проведение маркетингового исследования и сегментация рынка транспортных услуг.	
ПК-8.3.1 Владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации.	Обучающийся владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации.
ПК-8.3.2 Владеет навыками обработки полученных данных с помощью методов математической статистики.	Обучающийся владеет навыками обработки полученных данных с помощью методов математической статистики.
ПК-8.3.5 Владеет навыками описания структуры рынка и его базовых сегментов;	Обучающийся владеет навыками описания структуры рынка и его базовых сегментов;
ПК-8.3.6 Владеет навыками изучения и анализа деятельности транспортных предприятий — перевозчиков, функционирующих на данном рынке.	Обучающийся владеет навыками изучения и анализа деятельности транспортных предприятий — перевозчиков, функционирующих на данном рынке.
ПК-8.3.7 Владеет навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.	Обучающийся владеет навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.
ПК-8.3.10 Владеет навыками формирования предложений по совершенствованию организации сбыта и продаж транспортно-логистических услуг.	Обучающийся владеет навыками формирования предложений по совершенствованию организации сбыта и продаж транспортно-логистических услуг.
ПК-8.3.11 Владеет методикой проведения маркетинговых исследований.	Обучающийся владеет методикой проведения маркетинговых исследований.
ПК-9 Разработка, тестирование и внедрение клиентоориентированных транспортных услуг, создание нематериальных активов (брендов) транспортных компаний и управление ими.	
ПК-9.3.6 Владеет навыками разработки стратегии продвижения бренда на рынок транспортных услуг.	Обучающийся владеет навыками разработки стратегии продвижения бренда на рынок транспортных услуг.
ПК-12 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций транспортной организации.	
ПК-12.3.2 Владеет навыками формирования каналов коммуникации с потребителями транспортных услуг.	Обучающийся владеет навыками формирования каналов коммуникации с потребителями транспортных услуг.
ПК-12.3.3 Владеет навыками формирования имиджа и деловой репутации организации.	Обучающийся владеет навыками формирования имиджа и деловой репутации организации.
ПК-12.3.4 Владеет навыками работы с инструментами прямого маркетинга.	Обучающийся владеет навыками работы с инструментами прямого маркетинга.
ПК-12.3.5 Владеет навыками формирования предложений по созданию и совершенствованию программ лояльности клиентов.	Обучающийся владеет навыками формирования предложений по созданию и совершенствованию программ лояльности клиентов.
ПК-12.3.6 Владеет методами расширения клиентской базы.	Обучающийся владеет методами расширения клиентской базы.

3. Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Практика «Информационно-аналитическая практика» (Б2.У.В.1) 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 концентрированно.

Вид учебной работы	Всего
Контактная работа: практические занятия (ПЗ)	24
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	80
Общая трудоемкость: час / з.е.	108/3
В том числе, форма контроля знаний, час.	Зачет,4
Продолжительность практики: недель	2

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 оснащенные 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. Перечень лицензионных программ представлен на внутреннем портале ФГБОУ ВО ПГУПС по адресу <http://eaisu.pgups.edu.mps/info/prog/>.

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

– 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.

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-4054-9920-45912B4C59BE.

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.

4 Польшкая, Г. А. Информационные системы маркетинга : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. А. Польшкая. — 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.

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.