

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*»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
Б.1.В.13 «ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОВ»
для направления подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

по профилю
«Маркетинг в цифровой среде»

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург
2026

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «*Менеджмент и маркетинг*»

Протокол № 6 от 28 января 2026 г.

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»

О.В. Ваганова

28 января 2026 г.

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП
28 января 2026 г.

Е.М. Еришов

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Исследование конкурентов» (Б.1.В.13) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки/специальности 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),

а также 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.

Целью изучения дисциплины является получение обучающимися навыков проведения маркетинговых исследований конкурентов, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования политики организации в области анализа участников рынка, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- Получение знаний технических, маркетинговых и информационно-аналитических методов исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- Получение знаний программ и сервисов исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- Получение знаний программ и сервисов поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- Получение знаний способов, методов и правил поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- Получение умений проведения аудита веб-сайтов конкурентов
- Получение умений применения инструментов анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- Получение умений составления алгоритмов анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- Получение навыков проведения исследований веб-сайтов конкурентов
- Получение навыков составления аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков.

- проведения исследований веб-сайтов конкурентов;

– составления аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ	
ПК-1.2.6 Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований	Обучающийся умеет: - составлять аналитические записки и отчеты по результатам – исследований
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 продукции СМИ
ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
ПК-5.1.2. Знает технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся знает: – технические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" – маркетинговые методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" – информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-5.1.3. Знает программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся знает: – программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-5.1.4. Знает программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся знает: – программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
ПК-5.1.5. Знает способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся умеет: – способы и методы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" – правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-5.2.1. Умеет проводить аудит веб-сайтов конкурентов	Обучающийся умеет: – проводить аудит веб-сайтов конкурентов
ПК-5.2.2. Умеет применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Обучающийся умеет: – применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
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 проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
ПК-5.3.3. Владеет навыками составления аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов	Обучающийся владеет: – навыками составления аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов;
ПК-8 разработка методики, проведение маркетингового исследования и сегментация рынка транспортных услуг.	
ПК-8.1.9 Знает методы проведения конкурентного	Обучающийся знает: - методы проведения конкурентного анализа рынка.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
анализа рынка.	
ПК-8.2.11 Умеет проводить анализ рынка транспортных услуг и конкурентной среды.	Обучающийся умеет: - проводить анализ рынка транспортных услуг и конкурентной среды.
ПК-10 Разработка рекомендаций по совершенствованию политики тарифообразования в транспортной организации.	
ПК-10.3.3 Имеет навыки анализа конкурентных предложений и разработка конкурентных ценовых стратегий.	Обучающийся умеет: - анализировать конкурентные предложения и разрабатывать конкурентные ценовые стратегии.

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины».

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий) В том числе:	
– лекции (Л)	16
– практические занятия (ПЗ)	48
– лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	76
Контроль	4
Форма контроля (промежуточной аттестации)	
Общая трудоемкость: час / з.е.	144/4

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1.	Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Лекция 1. Технические и маркетинговые методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.2. ПК-8.1.9
		Лекция 2. информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
		Практическое занятие 1-2 (4 часа) Технические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.2. ПК-5.3.2. ПК-8.2.11
		Практическое занятие 3-4 (4 часа) Маркетинговые методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.2. ПК-8.2.11
		Практическое занятие 5-6 (4 часа) Информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в	ПК-5.1.2. ПК-5.3.2. ПК-8.2.11

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
		Самостоятельная работа. Изучить литературу: Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304 с. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с., повторить конспекты лекций, подготовка к текущему контролю, написание курсовой работы	ПК-5.1.2. ПК-5.3.2. ПК-8.1.9
2.	Программы и сервисы исследования поведения и поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Лекция 3. Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Лекция 4. Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.3. ПК-5.1.4. ПК-8.1.9
		Практическое занятие 7 Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.3. ПК-5.1.4.
		Практическое занятие 8 Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.3. ПК-5.1.4.
		Самостоятельная работа. Изучить литературу: Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 363 с. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с. повторить конспекты лекций, подготовка к текущему контролю, написание курсовой работы	ПК-5.1.3. ПК-5.1.4.
3.	Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Лекция 5. Способы и методы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Лекция 6. Правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.5.

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Практическое занятие 9-10(4 часа) Способы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.5.
		Практическое занятие 11-12 (4 часа) Методы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.5.
		Практическое занятие 13-14 (4 часа) Правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.1.5.
		Самостоятельная работа. Изучить литературу: Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 238 с. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. — 2-е изд., доп. и перераб. — Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 302 с повторить конспекты лекций, подготовка к текущему контролю, написание курсовой работы	ПК-5.1.5.
4.	Инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Лекция 7. Инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.2.2.
		Практическое занятие 15-17 (6 часов) Инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-1.3.5 ПК-5.2.2. ПК-5.3.2.
		Самостоятельная работа. Изучить литературу: Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 474 с. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 367 с. повторить конспекты лекций, подготовка к текущему контролю, написание курсовой работы	ПК-5.2.2. ПК-5.3.2.
5.	Аудит веб-сайтов конкурентов. Проведение исследований веб-сайтов конкурентов	Лекция 8. Аудит веб-сайтов конкурентов. Проведение исследований веб-сайтов конкурентов	ПК-5.2.1. ПК-5.3.1. ПК-5.3.3.
		Практическое занятие 18 Аудит веб-сайтов конкурентов»	ПК-5.3.1
		Практическое занятие 19-21 (6 часов) Методы проведения исследований веб-сайтов конкурентов	ПК-5.1.2

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Практическое занятие 22-24 (6 часов) Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов	ПК-1.2.6 ПК-1.3.5 ПК-5.3.3 ПК-10.3.3
		Самостоятельная работа. Изучить литературу: Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 374 с. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 219 с. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 231 с. повторить конспекты лекций, подготовка к текущему контролю, написание курсовой работы	ПК-5.2.1. ПК-5.3.1. ПК-5.3.3. ПК-10.3.3.

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего
1.	Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	12	15	31
2.	Программы и сервисы исследования поведения и поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	4	15	23
3.	Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	12	15	31
4.	Инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	2	6	12	20
5.	Аудит веб-сайтов конкурентов. Проведение исследований веб-сайтов конкурентов	2	14	19	35
	Итого	16	48	76	140
Контроль					4
Всего (общая трудоемкость, час.)					144/4

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

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

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

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

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, 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, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, 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

- 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:

- Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/> — Режим доступа: свободный.

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

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.

2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
 3. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 363 с.
 4. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.
 5. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
 6. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.
 7. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
 8. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 238 с.
 9. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. — 2-е изд., доп. и перераб. — Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 302 с.
 10. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 474 с.
 11. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 367 с.
 12. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 374 с.
 13. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 219 с.
 14. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 231 с.
- 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
 - Научная электронная библиотека eLIBRARY - Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный.

Разработчик оценочных материалов,
Доцент кафедры «Менеджмент и
маркетинг»
28 января 2026 г.

Е.М. Ершов