

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крюков Вадим Николаевич

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 17.06.2026 16:20:07

Уникальный программный ключ:

1b0adb7fd710f6a0705d90c58682bd0c5f2f25b2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Заполярный государственный университет им. Н.М. Федоровского»

(ЗГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД и МП

_____ Крюков В.Н.

Аналитический маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Информационные системы и технологии
Учебный план	09.04.03_ маг-заочн_ИЭм-2026.plx Направление подготовки: Прикладная информатика
Квалификация	магистр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 2
аудиторные занятия	14	
самостоятельная работа	94	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	94	94	94	94
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к.э.н. доцент И.С. Беляев _____

Согласовано:

кандидат экономических наук Доцент Беляев И.С. _____

Рабочая программа дисциплины

Аналитический маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 09.04.03 Прикладная информатика (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 916)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: Прикладная информатика

утвержденного учёным советом вуза от 01.01.2026 протокол № 00-0.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Информационные системы и технологии

Протокол от 10.04.2026г. № 5

Срок действия программы: уч.г.

Зав. кафедрой к.э.н., доцент Беляев И.С.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Беляев И.С. __ ____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Информационные системы и технологии

Протокол от ____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Беляев И.С.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Беляев И.С. __ ____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Информационные системы и технологии

Протокол от ____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Беляев И.С.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование теоретических знаний и практических навыков по основам маркетинга и информационного бизнеса, по методам оценки потребительского качества и распространения программных продуктов, в том числе в сфере информационной безопасности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Компьютерное моделирование сложных экономических систем
2.1.2	Анализ систем информационной безопасности
2.1.3	Информационная бизнес-аналитика
2.1.4	Анализ систем информационной безопасности
2.1.5	Информационная бизнес-аналитика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Методы информационного дизайна
2.2.2	Построение бизнес процессов интеллектуального предприятия
2.2.3	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Производственная практика (научно-исследовательская работа)
2.2.5	Методы информационного дизайна
2.2.6	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.7	Производственная практика (научно-исследовательская работа)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-2: Способен управлять инфраструктурой разработки и сопровождения требований к системам****ПК-2.1: Осуществляет маркетинговые исследования и проектирует инфраструктуру разработки интернет-контента и требований к системе****ПК-7: Способен планировать аналитические работы в ИТ-проекте****ПК-7.1: Понимает цели и методы аналитических работ в ИТ-проектах****ПК-7.2: Демонстрирует навыки планирования аналитических работ в ИТ-проектах в профессиональной области****4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Тема 1.1 "Маркетинговое исследование: информация, анализ и прогноз" Маркетинг информационного продукта и информационной услуги. Способы получения информации без предварительных затрат. Маркетинговая информация: первичная и вторичная. /Лек/	2	2	ПК-7.1	Л1.9 Л1.11 Л1.12Л2.4 Л2.5	0	
1.2	Сравнительная количественная оценка потребительских свойств товара. /Пр/	2	2	ПК-7.2	Л1.11 Л1.12Л2.3 Л2.5	0	
1.3	Маркетинг информационного продукта и информационной услуги. Способы получения информации без предварительных затрат. Маркетинговая информация: первичная и вторичная. /Ср/	2	18	ПК-7.2	Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12Л2.4 Л2.5	0	

1.4	Тема 1.2 "Ценовая политика маркетинга" Критерии ценообразования. Факторы, влияющие на цену. Стратегия ценообразования. Особенности ценообразования в Интернет /Лек/	2	2	ПК-7.1	Л1.5 Л1.11 Л1.12Л2.5	0	
1.5	Экспертная оценка качества сложных рыночных продуктов. /Пр/	2	2	ПК-7.2	Л1.2 Л1.5Л2.3 Л2.5	0	
1.6	Критерии ценообразования. Факторы, влияющие на цену. Стратегия ценообразования. Особенности ценообразования в Интернет /Ср/	2	19		Л1.1 Л1.5 Л1.7Л2.3	0	
1.7	Тема 1.3 "Программные продукты: формирование спроса и стимулирование сбыта" /Лек/	2	2	ПК-7.1	Л1.3 Л1.8 Л1.10Л2.1 Л2.2	0	
1.8	Каналы сбыта, посредники, товародвижение. Интенсивность распределения товаров. Функции канала распределения. Информационные каналы. Стимулирование сбыта программных продуктов. /Ср/	2	18	ПК-7.2	Л1.1 Л1.7 Л1.10Л2.3 Л2.4	0	
1.9	Установление цен на товары и услуги. Критерии ценообразования. /Пр/	2	4		Л1.1 Л1.7Л2.3 Л2.5	0	
1.10	Методы сравнительной оценки функциональной полноты оболочек Интернет-магазинов /Ср/	2	19	ПК-7.2	Л1.4 Л1.6Л2.2 Л2.3	0	
1.11	Распространение и продвижение программных продуктов и информационных услуг /Ср/	2	20	ПК-7.2	Л1.1 Л1.7 Л1.9 Л1.10Л2.2 Л2.4	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Тестирование по основным понятиям аналитического маркетинга.
2. Устный опрос по этапам анализа целевой аудитории.
3. Практическое задание: разработка сегментации рынка на основе демографических данных.
4. Лабораторная работа: построение дашборда для мониторинга маркетинговых метрик.
5. Контрольная работа: анализ эффективности рекламной кампании с использованием ROI.
6. Эссе: роль больших данных в аналитическом маркетинге.
7. Реферат: методы прогнозирования спроса на основе исторических данных.
8. Мини-проект: разработка стратегии сегментации для нового продукта.
9. Практическое задание: проведение А/В-тестирования и анализ результатов.
10. Лабораторная работа: использование кластерного анализа для сегментации клиентов.
11. Тестирование по ключевым метрикам оценки эффективности маркетинговых кампаний.
12. Устный опрос по методам анализа поведения клиентов.
13. Практическое задание: создание модели прогнозирования продаж с использованием Excel или Python.
14. Лабораторная работа: анализ данных рекламной кампании с использованием Google Analytics.
15. Контрольная работа: разработка KPI для оценки успеха маркетинговой стратегии.
16. Эссе: влияние автоматизации на аналитический маркетинг.
17. Реферат: применение когортного анализа для изучения поведения клиентов.
18. Курсовая работа: построение модели прогнозирования оттока клиентов (churn rate).
19. Мини-проект: анализ конкурентов и их рыночных стратегий с использованием SWOT-анализа.
20. Практическое задание: оценка жизненного цикла клиента (CLV) и рекомендации по увеличению прибыли.
21. Лабораторная работа: использование CRM-системы для анализа клиентских данных.
22. Тестирование по методам визуализации данных в аналитическом маркетинге.
23. Устный опрос по этапам разработки стратегии омниканального маркетинга.
24. Практическое задание: построение когортного анализа для оценки поведения клиентов.
25. Лабораторная работа: настройка автоматизированной отчетности в Power BI или Tableau.
26. Контрольная работа: анализ результатов рекламной кампании с использованием ROMI (Return on Marketing Investment).
27. Эссе: будущее аналитического маркетинга в условиях цифровой трансформации бизнеса.
28. Реферат: сравнительный анализ инструментов визуализации данных (Power BI, Tableau, Google Data Studio).
29. Курсовая работа: разработка стратегии внедрения омниканального подхода в бизнесе.

30. Итоговое практическое задание: построение дашборда для мониторинга ключевых показателей эффективности (KPI) маркетинговой кампании.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Есикова И. В.	Сетевой сбыт. Как организовать глобальную дистрибьюторскую сеть http://www.iprbookshop.ru/75198.html	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018	1
Л1.2	Латышев Д. В., Гомаюнова Т. М.	Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений http://www.iprbookshop.ru/82663.html	Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019	1
Л1.3	Захарова Ю. А., Киселевой Е. Н.	Методы стимулирования сбыта: Учебное пособие http://www.iprbookshop.ru/83136.html	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019	1
Л1.4	Алашкин П. А., Суворовой П.	Всё о рекламе и продвижении в Интернете http://www.iprbookshop.ru/86863.html	Москва: Альпина Паблишер, 2019	1
Л1.5	Долженко Е.Н.	Управление качеством: учебное пособие	Норильск: НГИИ, 2020	48
Л1.6	под редакцией Е.В. Васильевой	Интернет-предпринимательство: практика применения дизайн-мышления в создании проекта: Рекомендовано Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО в качестве учебно- практического пособия для направлений бакалавриата и магистратуры "Бизнес-информатика"	Москва: Кнорус, 2021	5
Л1.7	Лавренко, Е. А., Воронова, Д. Ю.	Логистика: практикум для спо https://www.iprbookshop.ru/91889.html	Саратов: Профобразование, 2020	1
Л1.8	Лауферман, О. В., Лыгина, Н. И.	Разработка программного продукта: профессиональные стандарты, жизненный цикл, командная работа: учебное пособие https://www.iprbookshop.ru/99215.html	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019	1
Л1.9	Бердышев, С. Н.	Информационный маркетинг: практическое пособие https://www.iprbookshop.ru/99365.html	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021	1
Л1.10	Захарова, Ю. А., Киселевой, Е. Н.	Методы стимулирования сбыта: учебное пособие https://www.iprbookshop.ru/99367.html	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021	1
Л1.11	Евдокимов, О. Г., Смирнова, Ж. В.	Основы маркетинга: учебно-методическое пособие https://www.iprbookshop.ru/115862.html	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021	1
Л1.12	Сухов, В. Д., Киселев, А. А., Сазонов, А. И.	Маркетинг: учебник https://www.iprbookshop.ru/119289.html	Москва: Ай Пи Эр Медиа, 2022	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------------------	-------------------	----------

Л2.1	Ехлаков Ю. П., Бараксанов Д. Н., Пермякова Н. В.	Модели и алгоритмы поддержки принятия решений при продвижении на промышленные рынки прикладных программных продуктов: Монография http://www.iprbookshop.ru/72134.html	Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015	1
------	--	---	---	---

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Крюкова Е., Савельев Д.	100+ хаков для интернет-маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи http://www.iprbookshop.ru/82575.html	Москва: Альпина Паблишер, 2018	1
Л2.3	Басовский Л.Е.	Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие для вузов	М.: ИНФРА-М, 2015	1
Л2.4	Синицына О.Н.	Маркетинг: допущено Советом УМО в качестве учеб. пособия для бакалавров	М.: Кнорус, 2016	10
Л2.5	Лужнова, Н. В., Калиева, О. М., Мантрова, М. С.	Стратегический маркетинг: учебник https://www.iprbookshop.ru/61409.html	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015	1

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.2	MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.3	MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.4	ABBY FineReader 10 (Номер лицензии 94965 от 25.08.2010)
6.3.1.5	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) - https://rusneb.ru/
---------	---

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры представляют собой помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).
7.2	Для проведения лекционных занятий предоставляются аудитории, оснащенные специализированной мебелью, демонстрационным оборудованием (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
7.3	Для проведения занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) предоставляются аудитории, оснащенные специализированной мебелью, демонстрационным оборудованием (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
7.4	Для проведения групповых (индивидуальных) консультаций предоставляется аудитория, оснащенная специализированной мебелью, меловой (и) или маркерной доской.
7.5	Для проведения мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации - аудитория, оснащенная специализированной мебелью, демонстрационным оборудованием (проектор, экран компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
7.6	Для проведения практических занятий (лабораторных работ) задействованы специализированные учебные помещения, оснащенные оборудованием:
7.7	
7.8	209 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских и интерактивных занятий, самостоятельной работы. Мультимедийный класс. Компьютерный класс. (посадочных мест – 45)
7.9	1 проектор Panasonic PT-LB60NTE
7.10	MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.11	MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.12	MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.13	CorelDraw Graphics Suite X5 (Номер лицензии 4069593 от 28.07.2010)
7.14	
7.15	403 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских, интерактивных занятий (мультимедийный класс) (посадочных мест – 22)
7.16	11 компьютеров (Intel Core 2 Duo E6550 2.33GHz, 3Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) 1 компьютер (Intel Core i3-2120 3.30GHz, 1Гб ОЗУ, HDD 250 Гб), интерактивная доска iRU, 1 проектор NEC UM361x
7.17	Лицензионное ПО
7.18	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.19	MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)

7.20	MS Access 2013 (Номер лицензии 63765822 от 30.06.2014)
7.21	RMeasiteach Next Generation (Номер лицензии 1SV-367)

7.22	Бесплатное ПО
7.23	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
7.24	Microsoft Visual Studio 2010 (версия для образовательных учреждений)
7.25	Free Pascal
7.26	Pascal ABC.NET
7.27	
7.28	Ауд. 407 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, самостоятельной работы. Мультимедийный класс. Компьютерный класс (посадочных мест – 26)
7.29	12 компьютеров (Intel Pentium(R) G850 2.90GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 320 Гб), Epson-eb-l255f
7.30	Лицензионное ПО
7.31	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.32	MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.33	MS Access 2013 (Номер лицензии 63765822 от 30.06.2014)
7.34	Бесплатное ПО
7.35	Microsoft Visual Studio 2010 (версия для образовательных учреждений)
7.36	Lazarus
7.37	Pascal ABC.NET
7.38	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
7.39	
7.40	Ауд. 408 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, самостоятельной работы. Мультимедийный класс. Компьютерный класс (посадочных мест - 20)
7.41	10 компьютеров (Intel Pentium(R) G3420 3.20GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 500 Гб),
7.42	1 Моноблок Shvacher (Платформа Lenovo) QuadCore Intel Core i3-10100T, 3700 MHz (37 x 100) Intel(R) UHD Graphics 630 (1 Гб) 8Гб ОЗУ, SDD 250 Гб
7.43	HDD 1000 Гб,
7.44	1 проектор Panasonic pt-f300vg4
7.45	Лицензионное ПО
7.46	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.47	MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.48	Mathlab R2010b (Номер лицензии 622090 от 23.12.2009)
7.49	MathCAD 15 (Заказ №2564794 от 25.02.2010)
7.50	MS Office Standard 2013
7.51	Бесплатное ПО
7.52	1С: Предприятие (учебная версия)
7.53	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
7.54	AnyLogic Personal Learning Edition
7.55	Microsoft Visual Studio 2010 (версия для образовательных учреждений)
7.56	PascalABC.Net
7.57	Blender
7.58	
7.59	Ауд. 412 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских и интерактивных занятий, самостоятельной работы. Мультимедийный класс. Компьютерный класс. (посадочных мест - 20)
7.60	10 компьютеров (Intel Pentium(R) G850 2.90GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 320 Гб),
7.61	1 Моноблок Shvacher (Платформа Lenovo) QuadCore Intel Core i3-10100T, 3700 MHz (37 x 100) Intel(R) UHD Graphics 630 (1 Гб) 8Гб ОЗУ, SDD 250 Гб
7.62	HDD 1000 Гб,
7.63	1 проектор Epson eb-455wi
7.64	Лицензионное ПО
7.65	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.66	MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.67	Microsoft Windows 10 Pro

7.68	Бесплатное ПО
7.69	AnyLogic Personal Learning Edition

7.70	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
7.71	PascalABC.Net
7.72	Lazarus
7.73	Blender
7.74	
7.75	Ауд. 211 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских и интерактивных занятий, самостоятельной работы. Мультимедийный класс. Компьютерный класс. (посадочных мест - 18)
7.76	10 компьютеров (Intel Pentium G2120 3.10GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 500 Гб)
7.77	Лицензионное ПО
7.78	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.79	MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.80	MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.81	MathCAD 15 (Заказ №2564794 от 25.02.2010)
7.82	ABBY FineReader 10 (Номер лицензии 94965 от 25.08.2010)
7.83	Mathlab R2010b (Номер лицензии 622090 от 23.12.2009)
7.84	Бесплатное ПО
7.85	1С: Предприятие (учебная версия)
7.86	ArchiCAD 15 (версия для образовательных учреждений)
7.87	Blender
7.88	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
7.89	Inkscape
7.90	
7.91	Ауд. 503 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских и интерактивных занятий. Мультимедийный класс (посадочных мест - 33)
7.92	9 компьютеров (Intel Core 2 Duo E7200 2.53GHz, 3Гб ОЗУ, HDD 320 Гб), 1 проектор acer p1265
7.93	Лицензионное ПО
7.94	MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.95	MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.96	MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
7.97	Mathlab R2010b (Номер лицензии 622090 от 23.12.2009)
7.98	Компас-3D v12 (Номер лицензионного соглашения Кк-10-01126)
7.99	Бесплатное ПО
7.100	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
7.101	AutoCAD Education 2012 (версия для образовательных учреждений)
7.102	
7.103	
7.104	
7.105	
7.106	
7.107	
7.108	
7.109	
7.110	
7.111	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины "Маркетинг информационных продуктов и услуг" адресованы студентам всех форм обучения.

Учебным планом по направлению подготовки "Прикладная информатика" предусмотрены следующие виды занятий:
лекционные,
практические.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические и концептуальные аспекты дисциплины, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях

вопросов, развиваются навыки прикладного использования полученных знаний в рамках профессиональной деятельности.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на аудиторных занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему лабораторному занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности, интерактивная доска для подготовки и проведения занятий.

Обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.