ОСНОВЫ ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

(наименование дисциплины)

АННОТАЦИЯ

К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность__1-28 01 02 Электронный маркетинг__

	Форма получения высшего образования		
	Очная (дневная)	Заочная	Заочная сокращенная
Курс	**2**	**2**	**2**
Семестр	3	3	3
Лекции, часы	34	8	8
Лабораторные занятия, часы	34	10	8
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)		2(3 семестр)	2 (3 семестр)
Экзамен, семестр	3	3	3
Аудиторных часов по учебной дисциплине	68	20	18
Самостоятельная работа, часы	76	124	126
Всего часов по учебной дисциплине /зачетных единиц	144/4		

1. Краткое содержание учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины «Объектно-ориентированное программирование» обучение студентов методам построения сложных программ и систем с применением объектно-ориентированного программирования.

2. Результаты обучения:

знать:

- базовые понятия и синтаксис языка, технологию ООП и приемы разработки программ;
- методы определения и использования основных объектов и конструкций языка;
- технологию организации и использования иерархии классов, предопределенных классов и типов данных, методы ограничения доступа и обработки исключительных ситуаций;
- методы параметризации классов и их использование для решения задач;
- методы применения шаблонов и контейнерных абстракций;
- работу с потоками и разработку многопоточных приложений;

уметь:

- определять абстракции, модули, строить иерархию классов для реализации программ;
- использовать методы: типизации, инкапсуляции, наследования, полиморфизма для разработки программных продуктов;
- использовать возможности стандартных библиотек;
- использовать механизм исключений для создания устойчивых приложений;
- создавать свои и использовать предоставляемые стандартные библиотеки шаблонов сложных структур данных;
- использовать технологию ООП для разработки сложных программ и систем;

владеть:

- методами и инструментальными средствами и системами разработки объектно-ориентированных программ;
- техникой создания объектно-ориентированных программных компонент и организацией их взаимодействия в программных проектах

3. Формируемые компетенции

АК-1 Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
АК-2 Владеть системным и сравнительным анализом.
АК-3 Владеть исследовательскими навыками.
АК-4 Уметь работать самостоятельно.
АК-5 Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
АК-6 Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.
АК-8 Обладать навыками устной и письменной коммуникации.
АК-9 Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.
АК-10 Использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности.
АК-13 Ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их сучетом рыночной экономики.
АК-14 На научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности.
СЛК-1 Обладать качествами гражданственности
СЛК-2 Быть способным к социальному взаимодействию
СЛК-3 Обладать способностью к межличностным коммуникациям
СЛК-5 Быть способным к критике и самокритике
СЛК-6 Уметь работать в команде
ПК-15 Проводить предпроектное обследование, выявлять информационные потребности заказчика в области электронного маркетинга и формировать требования к проектируемой информационной системе
ПК-16 Исследовать рынок информационных систем в области взаимодействия организации со своими покупателями
ПК-17 Проводить анализ альтернативных решений в области информатизации, формирование критериев их отбора
ПК-18 Разрабатывать проектную документацию
ПК-19 Разрабатывать регламенты сопровождения и эксплуатации информационных систем в области электронного маркетинга
ПК-20 Осуществлять проектирование, сопровождение и эксплуатацию информационных систем в области электронного маркетинга
ПК-21 Составлять технические задания на разработку и модернизацию
информационных систем в области электронного маркетинга
ПК-22 Осуществлять моделирование предметной области, в том числе строить функциональные модели бизнес-процессов, модели потоков данных и потоков процессов, модели баз данных
ПК-23 Участвовать в формировании политики организации (предприятия) в области информатизации ее деятельности и подготовке проектов соответствующих документов (концепций, планов, мероприятий, программ, решений и др.)
ПК-24 Осуществлять тестирование программного обеспечения в области электронного маркетинга
ПК-25 Разрабатывать техническую документацию к программному обеспечению в области электронного маркетинга4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации.

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов. Используются следующие формы проведения занятий: традиционные лекции и мультимедиа лекции, проблемные / проблемно-ориентированные лабораторные занятия с использованием ЭВМ. По итогам выполнения лабораторных работ предусмотрена их защита.