

# Различия тарифов курса Аналитик данных

В Практикуме есть два курса для тех, кто хочет освоить профессию аналитика данных. Оба рассчитаны на новичков: не важно, есть у вас опыт в IT или нет. Программы курсов отличаются по длительности, количеству тем и практики.

[Аналитик данных](#) — базовая программа, 7 месяцев. Для тех, кто хочет освоить азы профессии и сразу начать работать.

[Аналитик данных расширенный](#) — расширенная программа, 12 месяцев. Для тех, кто хочет научиться решать более сложные задачи и положить в портфолио дополнительные проекты — это поможет стать увереннее и выделиться среди других кандидатов.

## Более подробное сравнение:

	Аналитик данных	Аналитик данных расширенный
Длительность	7 месяцев	12 месяцев
Необходимый уровень знаний	С нуля	С нуля
Уровень знаний на выходе	Junior	Junior / Junior+
Возможность выбрать специализацию*	—	Через 7 месяцев обучения можно выбрать одну из двух специализаций*: продуктовый или BI-аналитик
Профессия на выходе	Аналитик данных	Аналитик данных со специализацией продуктовый или BI-аналитик
Нагрузка	10–12 часов в неделю	10–12 часов в неделю в первые 7 месяцев, далее 12–15 часов в неделю
Интенсивность освоения профессии	Комфортно совмещать с работой	Комфортно совмещать с работой
Возможность взять перерыв в учёбе	3 раза	3 раза
Сколько каникул	3	3
Обязательные курсы	12	18
Дополнительные курсы	—	Основы ML Линейная алгебра Алгоритмы
Проекты в портфолио	4 больших проекта 11 практических работ 10 дополнительных задач от работодателей	7 больших проектов 15 практических работ 13 дополнительных задач от работодателей
Проекты в Мастерской **	В конце обучения	В конце обучения
Программа трудоустройства	В конце обучения	Через 7 месяцев доступ в «Карьерный трек» В конце обучения доступ в «Акселерацию»
Диплом о дополнительном образовании для студентов, у которых есть ВО/СПО. Для остальных — сертификат об окончании курса	✓	✓
Вебинары с экспертами	1–2 раза в неделю	1–2 раза в неделю
Доступ к выпускному сообществу аналитиков	✓	✓

## \* Выбор специализации в расширенном тарифе

На курсе «Аналитик данных расширенный» после завершения основного обучения вы сможете выбрать одну из двух специализаций: Продуктовый или BI-аналитик.

Специализация — это возможность выбрать более узкое направление в обучении, углубить знания и получить больше практики.

Специализация позволит:

- научиться решать узкоспециализированные задачи,
- добавить в портфолио больше проектов и выделиться среди кандидатов,
- закрепить знания на дополнительных задачах и чувствовать себя увереннее,
- откликаться на большее число вакансий.

В рамках базовой программы вы также познакомитесь с профессиями ПА и BI. Эксперты проведут вебинары, на которых расскажут о плюсах и подводных камнях этих направлений. Навыки, которые вы освоите на базовом курсе, пригодятся в обеих специализациях. Они помогут понять, что вам интереснее и что получается лучше.

## \* Сравнение специализаций

	Продуктовый аналитик	BI-аналитик
На чём фокусируется	На действиях пользователя и показателях продукта	На показателях бизнеса
Роль в компании	Работает рука об руку с продакт-менеджером и помогает продуктовой команде принимать верные решения. Благодаря этому команда понимает, какой продукт она сделала и куда двигаться дальше.	Работает с руководителями отделов и подразделений. Помогает отслеживать текущее положение дел и прогнозировать развитие компании. Занимается в основном большими стратегическими вопросами.
На какие вопросы отвечает	Какие функции продукта работают хорошо/плохо и почему?	Каковы показатели компании, отдела, сервиса?
Что делает каждый день	Получает задачи от продакт-менеджеров Пишет код на SQL и Python Проводит AB-тесты Пишет отчёты по результатам экспериментов и исследований Отвечает на точечные вопросы по бизнес-показателям	Получает задачи от руководителей подразделений Пишет код на SQL Строит дашборды (графики) в BI-инструментах Пишет документацию к дашбордам
Ключевые навыки	Python, статистика	SQL, BI-инструменты

## \*\* Проекты в Мастерской

### **Мастерская**

Это направление внутри Яндекс Практикума, где студенты оттачивают свои навыки и работают над проектами для портфолио.

Такие проекты помогают применить новые знания и глубже погрузиться в профессию. В Мастерской вам предстоит работать в команде над настоящими задачами с реальными данными.

Участие в проектах докажет вашу мотивацию и желание самостоятельно разбираться в новом. Также эта практика выделит вас среди других соискателей вакансий или коллег, поскольку подчеркнёт ваш опыт решения разных задач.

В программе «Аналитик данных плюс» проекты Мастерской — обязательная часть учёбы.

Ниже мы собрали несколько примеров проектов Мастерской. Туда попадают задачи не только для специалистов по аналитике, но и для всех желающих студентов Практикума.

## Проекты от компаний

Их студенты выполняют поэтапно под управлением наставника.

### **Helio Games**

Компания разрабатывает мобильные игры для миллионов людей по всему миру. Студенты Практикума помогли найти «читеров» среди игроков: проанализировали данные, оценили стоимость встроенных покупок и выстроили экономику игры.

### **Буше**

Крупная сеть булочных и кафе в Санкт-Петербурге. В рамках проекта студенты Практикума вместе с заказчиком подготовили ML-модель для предсказания оттока клиентов.

### **Pollen Club**

Клуб поддержки страдающих от поллиноза, в котором пользователи делятся данными о том, где находятся и как себя чувствуют. На основе этих данных студенты Практикума научились предсказывать, насколько разные районы городов опасны для людей с аллергией.

### **ProCharity**

Платформа, на которой волонтеры-эксперты в различных областях помогают благотворительным организациям. Участники Мастерской спроектировали дашборд с показателями в социальных сетях, а также структурировали и рассчитали основные метрики сервиса, чтобы отчёты стали более наглядными.

### **Рет-проекты**

Их предлагают сами студенты.

Одним из РЕТ-проектов студентов был дашборд со статистикой рынка колбас

Задача — представить данные о колбасных изделиях в виде интерактивного дашборда Power BI.

Благодаря студентам у пользователей появилась возможность самостоятельно устанавливать критерии и фильтры, выбирать временные рамки и виды продукции, чтобы глубже изучать данные.