

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

**СОГЛАСОВАНО**

Директор ИЭиУ  
И.Н. Сычева

## **Рабочая программа дисциплины**

Код и наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.7.2 «Биткоин - культура и интернет-реклама»

Код и наименование направления подготовки (специальности): 38.03.01  
Экономика

Направленность (профиль, специализация): Цифровые финансы

Статус дисциплины: дисциплины (модули) по выбору

Форма обучения: очная

<b>Статус</b>	<b>Должность</b>	<b>И.О. Фамилия</b>
Разработал	доцент	Н.В. Щербакова
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиФ»	Е.Н. Болховитина
	руководитель направленности (профиля) программы	Ю.Г. Швецов

г. Барнаул

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ПК-10	способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	современные технические средства и информационные технологии, а также возможности их применения для решения коммуникативных задач в сфере интернет-рекламы и биткойн культуры	решать коммуникативные задачи в сфере интернет-рекламы и биткойн-культуры на основе применения современных технических средств и информационных технологий	
ПК-22	способностью применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля	правовые нормативные документы, регулирующие рекламную деятельность в РФ	применять правовые нормативные документы, регулирующие рекламную деятельность в РФ	
ПК-8	способностью использовать для решения аналитических задач современные технические средства и информационные технологии	современные технические средства и информационные технологии, позволяющие проводить анализ в сфере рекламной деятельности и биткойн-культуры	использовать технические средства и информационные технологии для получения информации и решения прикладных задач в сфере реализации рекламных мероприятий, в области биткойн-культуры	навыками расчета показателей, характеризующих интернет-рекламу, на основе применения современных технических средств и компьютерных технологий.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Введение в цифровые финансы, Мировые рынки криптовалют, Финансовые технологии блокчейна
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут	Краудфандинг и ICO, Электронные платежи

необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.

**3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося**

**Общий объем дисциплины в з.е. /час: 3 / 108**

**Форма промежуточной аттестации: Зачет**

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очная	17	0	34	57	60

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**Форма обучения: очная**

**Семестр: 6**

**Лекционные занятия (17ч.)**

**1. Концептуальные основы формирования биткойн-культуры. Использование для решения коммуникативных задач в сфере биткойн-культуры и интернет рекламы современных технических средств и информационных технологий.. Использование для решения аналитических и исследовательских задач в сфере интернет рекламы и биткойн культуры современные технические средства и информационные технологии {лекция с разбором конкретных ситуаций} (8ч.)[2,3,7] Современные информационные технологии, а также возможности их применения для решения коммуникативных задач в сфере интернет-рекламы и биткойн культуры. Блокчейн. Преимущества блокчейн-технологий. Цифровая валюта и Онлайновая платежная система. Цифровые криптовалюты. Биткойн как основная из криптовалют. Децентрализованные криптовалюты. Основные сведения и криптовалютах. Биткойн и альткойны.**

**2. Сущность, характеристика и классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинга и рекламы. Нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля, в том числе основы рекламной деятельности и правовые нормативные документы, регулирующие**

рекламную деятельность в РФ. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (5ч.)[1,2,3] Нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля, в том числе основы рекламной деятельности и правовые нормативные документы, регулирующие рекламную деятельность в РФ. Преимущества Интернет ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности: вариативность, доступность, эффективность, информативность, адаптивность. Маркетинговые функции Интернет-сайтов: имиджевая, информационная, справочная, рекламная, реализация прямых продаж. Классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности. Характеристика основных видов Интернет-ресурсов с точки зрения их маркетингового инструментария: промо-ресурсы; корпоративные сайты; интернет-каталоги; интернет-магазины; информационные порталы; форумы; социальные сети; интернет-сервисы.

3. Современные рекламные технологии продвижения продукции в Интернет. Основы правового регулирования интернет-рекламы в РФ {лекция с разбором конкретных ситуаций} (4ч.)[2,3,4,6] Интернет-реклама как современная технология продвижения товаров и услуг в сети интернет. Традиционные способы продвижения продукции в интернет. Реклама: текстовая и контекстная реклама; размещение информации и ссылок в каталогах и рубриках; медийная реклама; баннерная реклама; всплывающие окна; e-mail маркетинг. Инновационные способы продвижения продукции в Интернет. Основы правового регулирования интернет-рекламы в РФ

Показатели эффективности Интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; посещаемость сайта.

Показатели эффективности Интернет-рекламы. Методика расчета. Возможности применения информационных технологий в анализе показателей эффективности.

#### Практические занятия (34ч.)

1. Концептуальные основы формирования биткойн-культуры. Использование для решения коммуникативных задач в сфере биткойн-культуры и интернет рекламы современных технических средств и информационных технологий. {дискуссия} (2ч.)[2,3] Современные информационные технологии. Блокчейн. Преимущества блокчейн-технологий. Цифровая валюта и Онлайн-платежная система. Цифровые криптовалюты. Биткойн как основная из криптовалют. Децентрализованные криптовалюты. Основные сведения и криптовалюты. Биткойн и альткойны.

2. Сущность, характеристика и классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинга и рекламы. Использование для решения аналитических и исследовательских задач в сфере интернет рекламы и биткойн культуры современные технические средства и информационные

технологии {дискуссия} (2ч.)[3] Преимущества Интернет ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности: вариативность, доступность, эффективность, информативность, адаптивность. Маркетинговые функции Интернет-сайтов: имиджевая, информационная, справочная, рекламная, реализация прямых продаж. Классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности. Характеристика основных видов Интернет-ресурсов с точки зрения их маркетингового инструментария: промо-ресурсы; корпоративные сайты; интернет-каталоги; интернет-магазины; информационные порталы; форумы; социальные сети; интернет-сервисы. Основы использования технических средств и информационных технологий для получения информации и решения прикладных задач в сфере реализации рекламных мероприятий,

3. Применение биткойна в финансовой области и за рамками финансовых областей(2ч.)[7] Применение биткойна за рамками финансовых областей. Использование блокчейн-технологии для повышения эффективности и координации в обществе, в сфере образования, здравоохранения, науки.

4. Развитие блокчейн-технологий {дискуссия} (2ч.)[3] Дальнейшее развитие блокчейн-технологий и множественность валют. Основные ограничения развития блокчейн-технологий и биткойн-культуры: технические, инфраструктурные, правовые.

5. Применение Интернет-ресурсов как инструментов маркетинга и рекламы {дискуссия} (2ч.)[1,2,3] Сущность, характеристика и классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинга и рекламы. Преимущества Интернет ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности: вариативность, доступность, эффективность, информативность, адаптивность.

6. Маркетинговые функции Интернет-сайтов {дискуссия} (2ч.)[1,2,3] Маркетинговые функции Интернет-сайтов: имиджевая, информационная, справочная, рекламная, реализация прямых продаж.

7. Применение Интернет-ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности(2ч.)[1,2,3] Классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности. Характеристика основных видов Интернет-ресурсов с точки зрения их маркетингового инструментария: промо-ресурсы; корпоративные сайты; интернет-каталоги; интернет-магазины; информационные порталы; форумы; социальные сети; интернет-сервисы

8. Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет.(2ч.)[2] Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет. Техническо-экономические, управленческие, технологические, социальные, коммуникационные преимущества маркетинговых исследований в Интернет и дается их характеристика.

9. Источники информации и технологии маркетинговых исследований в сети Интернет. {дискуссия} (2ч.)[1,2] Источники информации и технологии маркетинговых исследований в сети Интернет, их виды и особенности применения. Источники маркетинговой информации в сети Интернет. Обзор существующих методов проведения маркетинговых исследований в Интернет-

сети.

**10. Интернет-реклама как современная технология продвижения товаров и услуг в сети интернет. {дискуссия} (2ч.)[1,2,3]** Интернет-реклама как современная технология продвижения товаров и услуг в сети интернет, сущность, виды, особенности применения на практике. Традиционные способы продвижения продукции в интернет.

**11. Инновационные способы продвижения продукции в Интернет.(2ч.)[3]** Инновационные способы продвижения продукции в Интернет. Инновационные Технологии продвижения продукции, бренда, компании, сайта в Интернет: продвижение сайта в социальных медиа; оптимизация под социальные сети; маркетинг в социальных сетях; Интернет-выставки; онлайн-семинары; онлайн-конференции.

**12. Понятие и показатели эффективности Интернет-маркетинга(4ч.)[1,2,3]** Показатели эффективности Интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; посещаемость сайта

**13. Показатели эффективности Интернет-рекламы и их использование в маркетинговом анализе(4ч.)[1,2,3]** Показатели эффективности Интернет-рекламы. Удельная «стоимость» одного действия пользователя, совершенного на сайте рекламодателя благодаря размещаемой рекламе; отношение количества посетителей, принявших нужное рекламодателю решение к общему числу посетивших сайт пользователей; удельная «стоимость» одной покупки, совершенной пользователем на сервере рекламодателя благодаря размещенной рекламодателем рекламе; «стоимость» одного посетителя сервера рекламодателя; отношение количества кликов по рекламному объявлению/баннеру к числу показов рекламного объявления /баннера, выраженное в процентах; отношение покупателей товара/услуги или пользователей сервисов данного сайта по отношению ко всем посетителям веб-страницы

**14. Рынок контекстной рекламы(4ч.)[1,2,3]** Особенности и возможности контекстной рекламы для продвижения продукции на рынке. Рынок контекстной рекламы. Основные этапы разработки рекламных объявлений в системах Яндекс.Директ, Google.

#### **Самостоятельная работа (57ч.)**

**1. Подготовка к занятиям, изучение материала. Подготовка к текущим контрольным работам.(48ч.)[1,2,3]** Подготовка к занятиям

**2. Подготовка и сдача зачета(9ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9]** Подготовка к промежуточной аттестации

**5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

1. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717> (дата обращения: 06.09.2021). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

## 6. Перечень учебной литературы

### 6.1. Основная литература

2. Буликов, С. Н. Технология блокчейн в финансировании проектов: учебник-презентация : [16+] / С. Н. Буликов, А. А. Киселев, В. Д. Сухов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 114 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577851> (дата обращения: 06.09.2021). – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-4499-1307-4. – DOI 10.23681/577851. – Текст : электронный.

### 6.2. Дополнительная литература

3. Дымова, С. С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С. С. Дымова, В. С. Матюшкин, В. Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919> (дата обращения: 06.09.2021). – Библиогр.: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст : электронный.

## 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

4. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с учетом дополнений и изменений) (с изм. и доп.)

5. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.).

6. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1. (в ред. Федерального закона от 09.01.1996, № 2-ФЗ) (с изм. и доп.)

7. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 N 1632-р «Об утверждении программы "Цифровая экономика Российской Федерации»



8. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части 1, 2, 3, 4.  
 9. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части I, II.

**8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

**9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	Microsoft Office
2	Chrome
3	Windows
4	Гарант
5	LibreOffice
6	Антивирус Kaspersky

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) – свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. ( <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> )

**10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций
учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с



ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».