

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 и исследовательских 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 рубрикаторах; 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 криптовалютах. 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 биткоина в финансовой области и за рамками финансовых областей(2ч.)[7] Применение биткоина 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.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) по дисциплине представлен в приложении А.

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	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы (http://Window.edu.ru)
2	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. (http://нэб.рф/)

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».