

МАРКЕТИНГ КРИПТОВАЛЮТ. САМОРЕГУЛИРУЮЩИЕСЯ РЕКЛАМНЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ IT-СТАРТАПОВ В СФЕРЕ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИЙ И СМАРТ-КОНТРАКТОВ

Барановский А. С.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Минск,
Беларусь, e-mail: artyombro@hotmail.com

С момента появления активного интереса к технологии блокчейн ИТ-стартапы и сущность их взаимодействия с пользователем на ранних этапах разработки ПО и даже раннего продукта по технологии MVP серьезным образом изменилась. Декрет № 8 от 21 декабря 2017 г. создал беспрецедентные условия для развития ИТ-отрасли и дает серьезные конкурентные преимущества нашей стране в создании подобного рода продуктов. Однако переход от формирования технологии к формированию «идеи» дает возможность на ранних этапах продавать без серьезных регуляций не только продукт, но и услуги с продвижением этого продукта связанные.

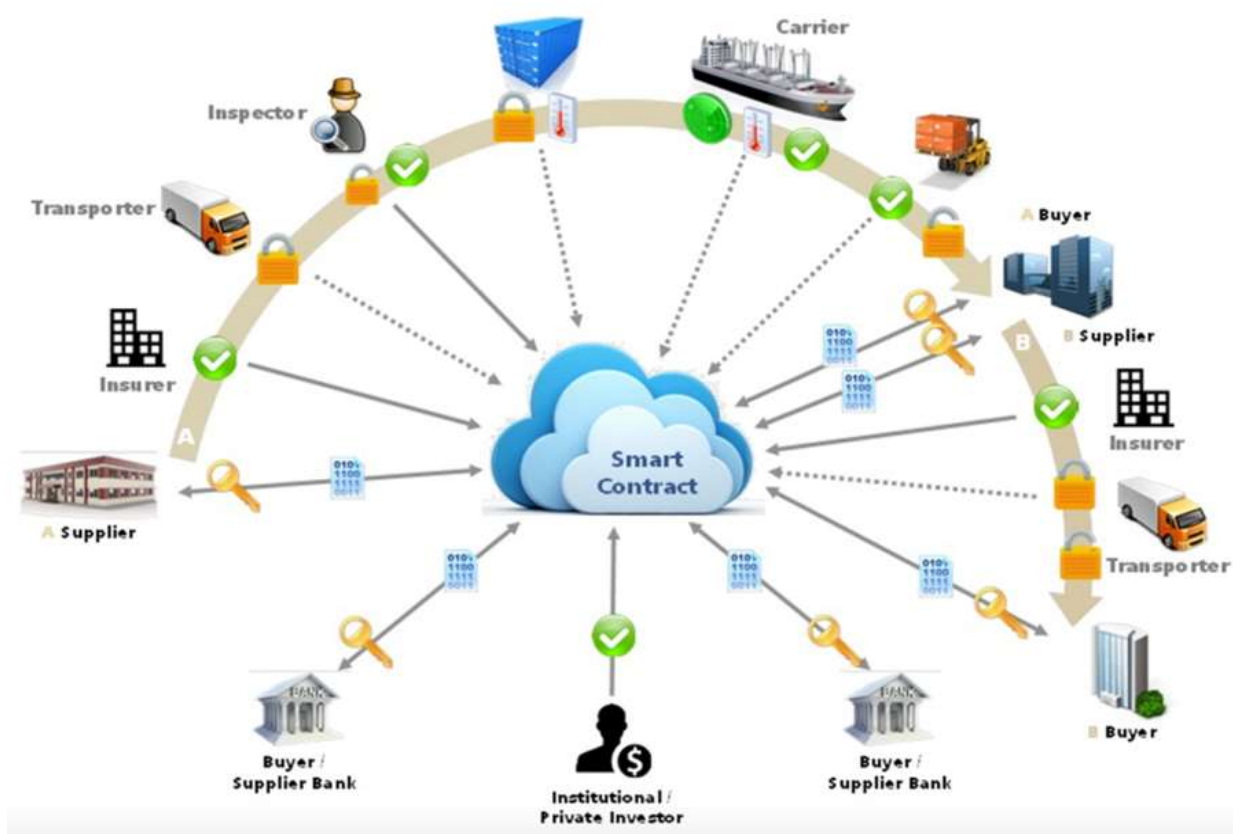


Рис. 1. Smart Contract (шифрование данных с помощью технологии «смарт-контракта» и логистические операции между департаментами)

Компьютерные алгоритмы, выполняющий что-либо в зависимости от действий другого объекта, стали использоваться для заключения и поддержания коммерческих контрактов в технологии блокчейн.

Переход от технологических процессов и разработки ИТ-продукта к маркетингу и продвижению криптовалют согласно некой «дорожной карте» или бизнес модели при соблюдении общепринятых условий ведения рекламной кампании даёт возможность любому стартапу, компании или бизнесу представить свой продукт в Интернете и собрать необходимое количество средств (электронных эмитентов денег), необходимых для разработки ранней версии продукта с использованием собственной валюты и средств защиты подобного рода транзакций.

Cryptocurrency ICO Stats 2017

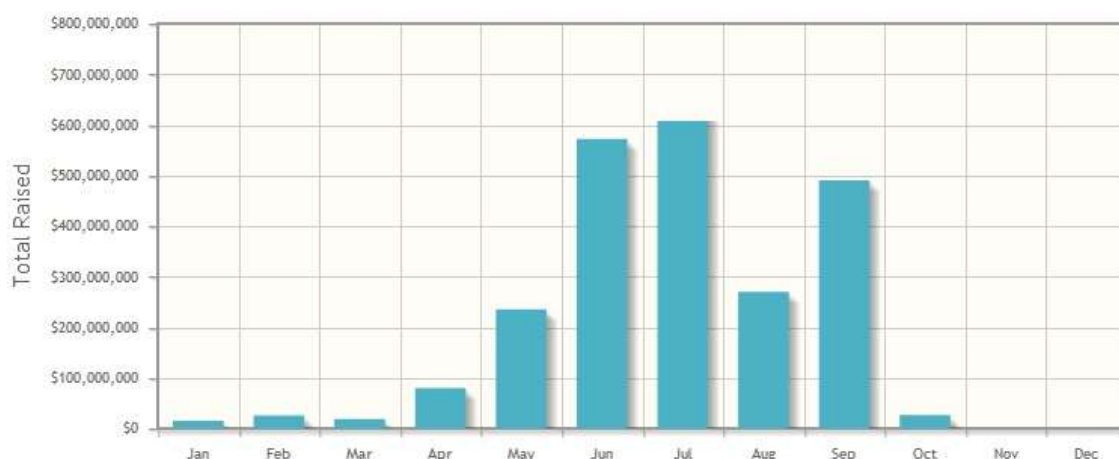


Рис. 2. Если во второй половине 2016 года новые ICO проводились 1,5 раза в неделю, то в 2017 эта цифра выросла до 2,75.

Развитие блокчейн-технологий и смарт-контрактов является основой и для дальнейшего продвижения любого проекта на рынке ICO, а также создания групп инвесторов, активно вовлеченных в процесс создания продукта и/или услуги. Предыстория развития токенов и инвестиций даёт возможности глубже понять процессы краудфандинга и причины появления понятия «баунти кампании». Такого рода саморегулирующиеся рекламные системы являются сами по себе интересным примером и возможностью для прогнозирования дальнейшего развития рынка ИТ.

Список литературы

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 5.04.2018.
2. Государство. Бизнес. ИТ [Электронный ресурс] / Информационный портал. Россия. – Москва, 2018. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru>. – Дата доступа: 5.04.2018.

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Басова А. И.

*Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь,
e-mail: Basava@bsu.by, basova@list.ru*

Определяющим фактором конкурентоспособности любого государства является уровень образованности и интеллектуального потенциала его граждан. Дополнительное