РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра “БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Маргарита Богданова) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 10.09.2020 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 04.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Електронна търговия” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-Б-310****Брой кредити по учебен план: (4)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-Б-310 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: АНГЛИЙСКИ/БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2020 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 9 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост****/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **54** | **28** | **54** |
| 1.1. Лекции | 27 | 14 | 27 |
| 1.2. Семинарни занятия | 27 | 14 | 27 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **54** | **80** | **54** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 27 | 40 | 27 |
| 2.2. Академични задания | 27 | 40 | 27 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 17 | 25 | 17 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 10 | 15 | 10 |
| **Всичко:** | **108** | **108** | **108** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий**  | **Тежест на критерия** |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 10% | 5% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 15% | 10% | 15% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 35% | 35% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Тест с въпроси* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Курсът предоставя фундаментални знания за основните концепции и принципи на електронната търговия. Това са същността, инфраструктурата, бизнес моделите, управлението, защитата, сайтовете и системите за плащане в електронна търговия и множество други аспекти. В практически аспект студентите ще усвоят методиката за създаване, поддържане и оптимизиране на фирмен Web сайт за електронна търговия.

Фокусът на обучението по електронна търговия е поставен върху това студентите да разберат принципите на развитие и проява, необходимите инфраструктурни компоненти, както и мястото на електронната търговия в бизнеса на организациите.

**2.2. Предварителни изисквания**

Съдържанието на дисциплината е съобразено с изучавания материал в други учебни дисциплини, включени в учебния план на бакалавърската степен.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Основен метод на преподаване е академичния лекционен курс. Освен него се използва и съвременните методи на обучение, които осигурява активна позиция на студента и го поставят в центъра на учебния процес, такива като дискусията, метода на проектирането, казусния метод, делови игра, самостоятелни разработки на сайтове и приложения и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Използване на електронна платформа на обучение, асинхронни и синхронни индивидуални и групови задания, комуникация чрез форум и wiki-модули, решаване на онлайн тестове.

**2.4. Очаквани резултати**

В резултат на изучаването на курса студентите ще овладеят знания за принципи на електронната търговия, необходимата инфраструктура, бизнес моделите, управлението, защитата, уеб сайтовете и системите за плащане в електронна търговия, както и множество други аспекти. Студентите ще развият умения за създаване, поддържане и оптимизиране на фирмен Web сайт за електронна търговия.

**III. разпространение на дисциплината**

Barcelona Technology School

The University of Queensland

Технически университет - София

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема 1. Въведение в електронната търговия** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Електронна търговия – понятия и място в сферата на търговиятаФактори за развитието на електронната търговияОсновни елементи на електронния магазинПазарни участници в процеса на електронната търговия.* |
| **Тема 2. Инфраструктура за развитие на електронна търговия** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Интернет като технологична база – особености, състояние и тенденции на развитиеWeb технологии – хипертекст, езици за маркиране (HTML, XML), Web услуги и клиенти, Web браузъриУслуги – електронна поща, мигновени съобщения, търсачки, онлайн форуми и чат, поточна медия, Cookies, Web 2.0 услуги Мобилни приложения* |
| **Тема 3. Бизнес модели за електронна търговия** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Електронен бизнес електронна търговияОсновни бизнес модели на електронна търговияДруги бизнес модели* |
| **Тема 4. Онлайн медия** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Онлайн съдържаниеИндустрия за онлайн публикуване – онлайн вестници, книги , публикуване на книгиИндустрия за онлайн развлечения – филми, музика, игри* |
| **Тема 5. Социални мрежи и общности** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Социалните мрежи и онлайн общноститеВидове социални мрежи и онлайн общности и техните бизнес моделиХарактеристики и технологии на социалните мрежиОнлайн аукциони Портали за електронна търговия* |
| **Тема 6. Системи за плащане в електронната търговия** | 5 | 0 | 3 | 0 | 5 | 0 |
| *Традиционни системи за разплащанеЕлектронното банкиранеМобилно банкиранеОнлайн системите за електронни плащания* |
| **Тема 7. Атрибути на електронната търговия** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Web сайтове за електронна търговияСайтове за мобилна търговияПриложения за електронна търговияЕлектронен маркетинг и реклама* |
| **Тема 8. Мобилна търговия** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Концепция за мобилната търговияИнфраструктура, атрибути, устройстваПриложения Ползи от мобилната търговия* |
| **Тема 9. Сигурност в електронната търговия** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Защитена среда за електронна търговияЗаплахи за сигурността в средата за електронна търговия Технологични решения- Защита на Интернет комуникациите - Криптиране - Защитени канали за комуникация  - Защита на мрежите - Защита на сървъри и клиентиУправленски политики, бизнес процедури и обществени закони* |
| **Тема 10. Разработване на сайт за електронна търговия** | 0 | 27 | 0 | 14 | 0 | 27 |
| *Създаване ПоддържанеОптимизиране* |
| **Общо:** | **27** | **27** | **14** | **14** | **27** | **27** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование на** **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** |
| **Лекции** | **Семинарни****занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X  |
| 2. Интернет | X | X  |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
|  3.1 Софтуерни продукти за електронен магазин | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T.,  Turban, D. Electronic Commerce - A Managerial and Social Networks Perspective. Eighth Edition, Springer, 2015, ISBN 978-3-319-10090-6 ISBN 978-3-319-10091-3 (eBook) |
|  2. Loudon, K., Traver, C. E-commerce 2013 – business, technology, society. Ninth edition, Prearson, 2013 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Къртис  Гр., Бизнес информационни системи (Анализ, проектиране и практика), ИК “Иван Вазов”, С., 1995 |
|  2. Краева, В., Краев, Л., Емилова. П. Електронен бизнес. Фабер, 2015 |
|  3. Loudon, K., J. Loudon. Business Information Systems, 2nd ed. The Dryden Press, Orlando. Florida, 1993 |
|  4. Turban, E., Volonini, L., Wood, G. Information Technology for Management. – Advancing Sustainable, Profitable Business Growth. Ninth Edition, Wiley, 2013 |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Закон за електронната търговияhttp://www.netlaw.bg/bg/a/zakon-za-elektronnata-trgoviya-izm-dv-br-105-ot-29-dekemvri-2011-ghttp://lex.bg/laws/ldoc/2135530547 |
|  2. Закон за електронното управление http://lex.bg/laws/ldoc/2135555445 |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. Новите правила за онлайн търговия https://www.mtitc.government.bg/upload/docs/E\_GOV\_Conception\_for\_publishing\_\_2\_.pdfhttp://www.capital.bg/biznes/vunshni\_analizi/2014/10/01/2390845\_novite\_pravila\_za\_onlain\_turgoviia/ |
|  2. Стратегия за развитие на електронното управление в Република България 2014 –2020 г. https://www.eufunds.bg/archive/documents/1434121459.pdf |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(доц. д-р Петя Емилова) |
|  …………………………………(проф. д-р Красимир Шишманов) |
|  …………………………………(доц. д-р Веселин Попов) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(проф. д-р Красимир Шишманов) |  |