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 № 11 от 16.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 16 от 12.05.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Системи за електронна търговия” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-М-319**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-М-319 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.02/2021 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 27 | 33 | 27 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 28 | 20 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**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.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 30% | 30% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 30% | 30% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *писмен тест* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на учебния курс „Системи за електронна търговия“ е да запознае студентите с възможностите и предизвикателствата, свързани с електронната търговия, да представи информационната инфраструктура използвана в електронната търговия, студентите да придобият практически умения за проектиране и разработване на ефективни уеб сайтове за електронни магазини.

В началото курсът въвежда студентите в технологичната инфраструктура, която е предпоставка и база за функциониране на електронната търговия – Интернет, World Wide Web, уеб сървъри, софтуерни инструменти за поддържане и управление на уеб сайтове. Студентите получават задълбочени знания за формите и инструментите използвани за електронна търговия; перспективните направления за развитие в тази област; концепцията и приложението на мобилната търговия. В следващите части се акцентира на планирането, изграждането на инфраструктура за електронна търговия и интегрирането й с другите приложения в корпоративната информационна система; разработването на проект за е-търговия и стартирането на успешен онлайн бизнес; представят се и детайлно се сравняват решения за е-търговия в зависимост от начина на хостване. В последната част на курса, в практически стъпки се представя планирането, разработването и SEO оптимизацията на уеб сайт за електронен магазин.

Дисциплината „Системи за електронна търговия“ осигурява приемственост на входа с преди това изучаваните дисциплини „Основи на електронния бизнес“, „Електронна търговия и дигитални пазари“, „Електронни системи за разплащания“, „Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи“.

Придобитите посредством дисциплината „Системи за електронна търговия“ знания и умения, студентите може да използват в изучаваните по-късно дисциплини от областта на интернет маркетинга и информационните системи в бизнес организацията. Те могат да послужат като основа за по-нататъшно развитие и специализиране в областта на разработването на уеб базирани решения за електронна търговия.

**2.2. Предварителни изисквания**

За успешното усвояване на учебното съдържание по дисциплината „Системи за електронна търговия“ предварителните изисквания към студентите са да имат:

• базовия знания за Интернет и уеб технологиите;

• познания за електронния бизнес;

• базови знания за бизнес информационните системи;

• знания за електронната търговия.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Използваните методи на преподаване са лекции, демонстрации, директни инструкции и групови проекти, електронно обучение.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Използваните методи на преподаване са лекции, консултации, демонстрации, директни инструкции, групови проекти, асинхронно и синхронно електронно обучение.

**2.4. Очаквани резултати**

В края на курса, от студентите се очаква да познават много добре системите за електронна търговия и да решават проблемите свързани с тяхното планиране, изграждане и управление.

Студентите завършили курса ще:

• разберат същността, предназначението и ролята на компонентите за електронна търговия;

• разберат какви са изискванията към софтуера за електронна търговия и какви функции трябва да изпълнява;

• могат да анализират, планират и изграждат инфраструктура за електронна търговия и да я интегрират с останалите приложения в бизнес организацията;

• могат да разработят и осъществят проект за електронна търговия за стартиране на уеб присъствие и онлайн бизнес;

• познават платформите за електронна търговия, техните характеристики, възможности и приложение;

• ще могат да създават сайтове за електронна търговия използвайки софтуер с отворен код;

• се ориентират в бъдещите тенденции в развитието на електронната търговия.

**III. разпространение на дисциплината**

University of Göttingen, Germany

https://www.uni-goettingen.de/en/ss-2016-electronic-commerce-systems/528312.html

San Francisco State University, USA

http://online.sfsu.edu/rnick/mannheim/syllabus.pdf

University of South Florida, USA

https://www.koofers.com/university-of-south-florida-usf/ism/4480-electronic-commerce-systems/

Southern Cross University, Australia

http://courses.scu.edu.au/units/isy10058-electronic-commerce-systems

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}1. Интернет и World Wide Web** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Въведение в технологичната инфраструктура за е-търговия Мрежи с пакетна комутация Езици за маркиране в уеб Интранет и Екстранет мрежи Интернет 2 и семантичния уеб Основи на уеб сървърите Софтуер за уеб сървъри Софтуерни инструменти за поддържане и управление на уеб сайтове* |
| **${temi#2}2. Механизми, форми и инструменти за е-търговия** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Въведение в механизмите за е-търговия Е-пазари Механизми за покупки на клиенти – интернет магазини, е-молове и портали Търговски решения – електронни каталози, търсещи машини и колички за пазаруване Е-аукционни, обмяна и онлайн сделки Виртуални общности и социални мрежи Виртуални светове като електронна търговска платформа Развиващи се платформи за е-търговия Развитие на Web 3.0, Web 4.0 и Web 5.0* |
| **${temi#3}3. Мобилна търговия** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Концепция, приложения и форми Компоненти и услуги на мобилната търговия Мобилни финансови приложения Мобилни корпоративни решения Мобилни забавления, игри, услуги на клиенти и мобилно пазаруване Базирана на местоположението мобилна търговия и мобилни социални мрежи Проблеми на прилагането на мобилната търговия – сигурност, поверителност, бариери пред мобилната търговия* |
| **${temi#4}4. Изисквания към софтуера за е-търговия** | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| *Алтернативи за уеб хостинг Базови функции на софтуера за е-търговия Допълнителни функции на софтуера за е-търговия Избор на софтуер за е-търговия в зависимост размера на предприятието* |
| **${temi#5}5. Планиране, изграждане и интеграция на инфраструктура за е-търговия** | 6 | 1 | 3 | 0.5 | 6 | 1 |
| *Планиране на инициативите за е-търговия Стратегии за развитие на уеб сайтове за е-търговия Управление на осъществяването на е-търговия Изграждане на приложения и инфраструктура за е-търговия Подход за разработване на среда за е-търговия Възможности за разработване на приложения за е-търговия Критерии за избиране на подход за разработване на приложения Софтуерни пакети и комплекти за е-търговия Интегриране на приложенията за е-търговия със системите на заден фронт Селекция на доставчик и софтуер Анализ на използването и управление на сайта* |
| **${temi#6}6. Системен подход за изграждане на система за е-търговия** | 6 | 1 | 3 | 0.5 | 6 | 1 |
| *Създаване на форма за е-търговия Избор на софтуер Избор на хардуер Други инструменти за е-търговия Разработване на мобилен уеб сайт и създаване на мобилни приложения* |
| **${temi#7}7. Разработване на проект за е-търговия и стартиране на онлайн бизнес** | 6 | 1 | 3 | 0.5 | 6 | 1 |
| *Въвеждане на инициативи за е-търговия Изграждане или придобиване на уеб сайт Хостинг на уеб сайт и получаване на име на домейн Създаване и управление на уеб съдържание Дизайн на уеб сайт Осигуряване на услуги поддържащи е-търговия Стартиране на уеб сайта* |
| **${temi#8}8. Платформи за електронна търговия** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 6 | 1 |
| *Хоствани при доставчика и самостоятелно хоствани решения за е-търговия Сравнение на софтуерните платформи за е-търговия Въведение в Magento 2 Архитектура на Magento 2 Настройване на средата на Magento 2 Инсталиране на Magento 2* |
| **${temi#9}9. Създаване на електронен магазин с платформа за е-търговия** | 6 | 9 | 3 | 5 | 6 | 10 |
| *Инсталиране на Magento Настройване и конфигуриране на електронния магазин Работа с каталога – добавяне на категории, продукти, атрибути Извършване на SEO оптимизация на сайта Управляване на резервното архивиране и възстановяване на сайта* |
| **${temi#10}Информационна сигурност на уеб сайт за електронна търговия** | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| *Уязвимости и основни проблеми със сигурността на Magento Добри практики Използване на инструменти за сигурност Актуализации на компонентите за сигурност Одит на сигурността на уебсайта за електронна търговия* |
| **${temi#11}Интеграция на уеб сайт за електронна търговия с външни софтуерни системи** | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| *Необходимост от интеграция на уеб сайта за електронна търговия Подходи за извършване на интеграция на Magento с трета страна услуги Създаване на интеграция в Magento Преглед на софтуерните решения за интеграция* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**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  OpenCart 2.x | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Попов, В. Системи за електронна търговия. Академично издателство “Ценов”, 2017 |
| 2. 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. |
| 3. Schneider, G. Electronic Commerce. 12th Edition. Thomson. 2016. ISBN: 1305867815. |
| 4. Laudon, K., Traver, C. E-Commerce 2020–2021: Business, Technology and Society, Global Edition, 16th edition. Pearson, 2020.ISBN-13: 9781292343167. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J.K., Liang, T.-P., Turban, D.C. Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer. 2018. ISBN: 978-3-319-58715-8. |
| 2. Khliupko, V. Magento 2 DIY.Apress. 2017. ISBN-13 (electronic): 978-1-4842-2460-1 |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. Exploring Magento 2 Backend: Extensions -> Integrations. Firebear Studio. 2020.  https://firebearstudio.com/blog/exploring-magento-2-backend-extensions-integrations.html |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  ${authors#1}(доц. д-р Веселин Попов) |
| …………………………………  ${authors#2}(гл. ас. д-р Искрен Таиров) |

Ръководител катедра:

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