РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 4 от 17.12.2024 г. Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Електронна търговия и SEO стратегия” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-М-358**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-М-358 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: АНГЛИЙСКИ/БЪЛГАРСКИ | Версия:v.02/2024 |

**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% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 60% | 60% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Учебният курс „Електронна търговия и SEO стратегия“ предоставя фундаментални знания за основните концепции и принципи на електронната търговия и оптимизацията за търсещите машини. Курсът е разделен на два модула. В първия се обяснява същността, инфраструктурата, бизнес моделите, управлението, защитата, сайтовете и шлюзовите за плащане в електронна търговия и множество други аспекти. В практически аспект студентите ще усвоят методиката за създаване, поддържане и оптимизиране на фирмен уеб сайт за електронна търговия. Вторият модул е насочен към създаването на стратегия за SEO на системата за електронна търговия. В този модул се обяснява принципна на действие на търсещите машини, същността на SEO, значението на ключовите думи, подходите и добрите практики за оптимизация на уеб сайт.

Дисциплината „Електронна търговия и SEO стратегия“ осигурява приемственост на входа с преди това изучаваните дисциплини „Основи на електронния бизнес“, „Финансови и дигитални пазари“, „Електронни системи за разплащания“,.

Придобитите посредством дисциплината „Електронна търговия и SEO стратегия“ 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 „Електронна търговия и SEO стратегия“ предварителните изисквания към студентите са да имат:

• базовия знания за Интернет и уеб технологиите;

• познания за електронния бизнес;

• базови знания за бизнес информационните системи.

**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***

За придобиване на теоретични знания и развитие на практически умения по основните въпроси в учебния курс се използват интернет базирани информационни технологии (DL платформа, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение) с прилагане на иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно, инцидентно, проблемно ориентирано и казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение) и др.

**2.4. Очаквани резултати**

В резултат на изучаването на курса, студентите ще получат знания за принципите на електронната търговия, необходимата инфраструктура, бизнес моделите, управлението, защитата, уеб сайтовете и възможностите за плащане, както и множество други аспекти. Също така, студентите ще получат знания и умения: за създаване, поддържане и оптимизиране на фирмен уеб сайт за електронна търговия; за принципа на действие на търсещите машини, ключовите елементи за създаване на ефективна SEO стратегия и оптимизиране търсенето на сайт за електронна търговия.

**III. разпространение на дисциплината**

University of Cambridge, Кеймбридж, Обединено кралство

Glasgow Caledonian University, Шотландия, Обединено кралство, учебен курс „Електронна търговия“

Kristiania University College, Осло, Норвегия, учебен курс „Електронна търговия“

**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 технологичната инфраструктура за електронна търговия** | 4 | 1 | 2 | 0 | 4 | 1 |
| *Езици за маркиране в уеб Интранет и Екстранет мрежи Основи на уеб сървърите Софтуер за уеб сървъри Софтуерни инструменти за поддържане и управление на уеб сайтове* |
| **Тема 2. Модели и стратегии за електронна търговия** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Форми за е-търговия Бизнес модели за е-търговия Електронен обмен на данни Мобилна и уеб търговия* |
| **Тема 3. Шлюзове за плащане в уеб сайт за електронна търговия** | 3 | 1 | 1.5 | 0 | 3 | 1 |
| *Системи за електронни разплащания Необходимост от шлюз за плащане в система за електронна търговия Принцип на работа на шлюза за плащане Сравнение на най-използваните шлюзове за плащания* |
| **Тема 4. Сигурност на системата за електронна търговия** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Особености на сигурността и защитата в електронната търговия Сигурност в мобилната електронна търговия Подходи и решения за поддържане на информационната сигурност в системите за електронна търговия  Заплахи за системите за електронна търговия Технологии и стандарти, реализиращи защитената среда за електронна търговия* |
| **Тема 5. Концепция на система за електронна търговия** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Основи на уеб сайта за е-търговия Създаване на каталози  Създаване на количка за пазаруване Обработка на транзакциите Разработване на уеб сайт за е-търговия Интеграция с ERP и CRM системи Интеграция с шлюзове за плащане* |
| **Тема 6. Използване на платформа за създаване на сайтове за електронна търговия** | 3 | 2 | 1.5 | 1 | 3 | 2 |
| *Преглед на платформите за е-търговия Въведение в OpenCart Инсталиране и настройване Използване на административния панел Основни стъпки за създаване на електронен магазин* |
| **Тема 7. Изграждане на уеб сайт за електронна търговия** | 2 | 6 | 1 | 5 | 2 | 6 |
| *Настройване на средата за електронна търговия Инсталиране на платформа за е-търговия Настройване и конфигуриране на електронния магазин Работа с каталог – добавяне на категории, продукти, атрибути Управляване на резервното архивиране и възстановяване на сайта* |
| **Тема 8. Въведение в SEO** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Въведение в търсещите машини Същност на SEO Техники на SEO Класиране на уеб сайтове Механизъм на Google за класиране на уеб сайтове* |
| **Тема 9. Изследване на ключовите думи** | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| *Въведение в ключовите думи Избор на правилните ключови думи Анализ на ключовите думи Инструменти за анализ на ключовите думи* |
| **Тема 10. Вътрешна оптимизация на страниците на уеб сайт** | 4 | 1 | 2 | 0 | 4 | 1 |
| *Въведение във вътрешната оптимизация на страницата Елементи на страницата, използвани за вътрешна оптимизация Добри практики за вътрешна оптимизация* |
| **Тема 11. Външна оптимизация на уеб сайт** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 4 | 1 |
| *Въведение във външната оптимизация Елементи на външната оптимизация Техники за външна оптимизация* |
| **Тема 12. SEO инструменти за уеб администратора** | 2 | 2 | 1 | 0.5 | 2 | 2 |
| *Класификация на инструментите за SEO Google Search Console Google Analytics* |
| **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  Wamp server | X | X |
| 3.2  OpenCart | X | X |
| 3.3  Google Search Console | X | X |
| 3.4  Google analytics | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=8175 |
| 2. Попов, В., Таиров, И. Електронна търговия и SEO стратегия. Издателство: Академично издателство - Ценов, 2022. ISBN: 978-954-23-2308-2. |

**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. Enge, E.;Spencer, S.;Stricchiola, J. The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization,  O'Reilly Media; 3rd edition (August 17, 2015) |
| 3. Turban, E.; King, D.; Lee, J.; Liang, T.; Turban, D. Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. 9th edition. Springer. 2018. SBN-10: 3319587145. |
| 4. Schneider, G. Electronic Commerce. 12th Edition. Thomson. 2016. ISBN: 1305867815. |
| 5. Laudon, K., Traver, C. E-Commerce 2020–2021: Business, Technology and Society, Global Edition, 16th edition. Pearson, 2020.ISBN-13: 9781292343167. |
| 6. SEO 2022: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies |
| 7. Jones, D.  Entity SEO: Moving from Strings to Things, DHJ Ventures LTD; 1st edition (September 1, 2021) |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за електронната търговия, https://www.lex.bg/index.php/bg/mobile/ldoc/2135530547 |
| 2. Закон за паричните преводи, електронните платежни инструменти и платежните системи |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. OpenCart Documentation. https://docs.opencart.com/ |
| 2. SEO for Beginners: An Introduction to SEO Basics |
| 3. The Definitive Guide to Getting Started with OpenCart 2.x For Beginners, https://isenselabs.com/books/getacopy/49 |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (Assoc. Prof. Veselin Popov, PhD) |
| …………………………………  (Head Assist.Prof. Iskren Tairov, PhD) |

Ръководител катедра:

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