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 № 6 от 25.01.2023 г.Приета от КС, Протокол № 6 от 16.01.2023 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Магистърски практикум по Електронен бизнес и дигитални пазари” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-М-891****Брой кредити по учебен план: (3)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-М-891 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.01/2023 |

**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)** | **28** | **14** | **28** |
| 1.1. Лекции | 14 | 7 | 14 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **47** | **61** | **47** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 24 | 31 | 24 |
| 2.2. Академични задания | 23 | 30 | 23 |
| 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 |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 23 | 30 | 23 |
| **Всичко:** | **75** | **75** | **75** |

**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.:** | **100%** | **100%** | **100%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 100% | 100% | 100% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:* | **0%** | **0%** | **0%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Магистърският практикум е последната дисциплина, с която завършва обучението на студентите в програма „ Електронен бизнес и дигитални пазари“, избрали дипломиране с държавен изпит. Курсът се базира на учебното съдържание на магистърските дисциплини, изучавани в едногодишния срок на обучение за студентите, завършили ОКС „Бакалавър“ в същото направление, или през втората година за студентите, завършили ОКС „Бакалавър“ в друго направление или ОКС „Професионален бакалавър“. Целта на практикума е оценяване степента на владеене на теоретичните знания по изучаваните в програмата дисциплини от обучаемите и на уменията им за прилагане на тези знания за решаване на реални практически проблеми.

**2.2. Предварителни изисквания**

Успешно положени всички изпити по дисциплините от учебния план на програма „ Електронен бизнес и дигитални пазари“.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

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

***2.3.2 Дистанционна форма***

Използва се съвременна платформа за електронно обучение, която дава възможност за разнообразно предлагане на учебния материал и използване на иновативни методи за оценяване на напредъка на обучаемите. Платформата дава по-голяма гъвкавост в управлението на учебния процес и начина на взаимодействие между обучители и обучаеми.

**2.4. Очаквани резултати**

Магистърският практикум подпомага студентите в подготовката им за полагане на държавния изпит по „ Електронен бизнес и дигитални пазари“, освен това той развива у тях умения за анализиране на представено съдържание, критично мислене и аргументиране на собствени идеи, практическо приложение на придобитите знания и научно-изследователки методи в конкретна бизнес сфера и др.

**III. разпространение на дисциплината**

The University of Hamburg

The University of London

The University of Portsmoth

The University of Manchester

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Основи на електронния бизнес** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Развитие на Интернет и ключови технологии
Особености на системата за електронен бизнес
Архитектурни модели на системата за електронен бизнес
Концепция за изграждане на фирмена стратегия за електронен бизнес* |
| **Финансови и дигитални пазари** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Пазар обща характеристика и структура
Преход към дигитални пазари
Функции и принципи на новите посредници
Същност и структура на финансовия пазар
Стокова, фондова и валутна борса* |
| **Електронни системи за разплащания** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *БИСЕРА, RINGS
Електронно банкиране
Система за разплащания с банкови карти
Онлайн системи за електронно разплащане* |
| **Електронна търговия и SEO стратегия** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Разработване на уеб сайт за електронна търговия
Интеграция с ERP и CRM системи
Интеграция с шлюзове за плащане
Същност на SEO
Стратегия и тактика за SEO
SEO на уеб сайт за търсещата машина Google* |
| **Дигитална трансформация на бизнеса** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Същност на дигитализацията и дигиталната трансформация
Технологични основи на дигиталната икономика - големи данни (Big Data), интернет на нещата (IoT)
Стратегия за дигитална трансформация на бизнеса
Влияние на дигиталната трансформация на икономиката
Дигитална трансформация в различни отрасли на икономиката* |
| **Защита на дигиталните транзакции** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Заплахи за сигурността на информационните системи
Модели за сигурност
Технологични решения за защита на транзакциите в електронна среда* |
| **Бизнес информационни системи** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Корпоративна информационна система
Интегрирани системи за управление на бизнеса (ERP)
Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM)
Системи за управление на веригите за доставки (SCM)* |
| **Общо:** | **14** | **14** | **7** | **7** | **14** | **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: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Шишманов, К.; Ташкова, М. Електронна търговия и дигитални пазари. АИ Ценов |
|  2. Шишманов, К.; Маринова-Костова, К. Електронни системи за разплащания. АИ Ценов |
|  3. Попов, В.; Таиров, И. Системи за електронна търговия. АИ Ценов |
|  4. Шишманов, К.; Маринова, Н.; Ташкова, М.; Таиров, И. Дигитална трансформация на бизнеса. АИ Цено |
|  5. Емилова, П. Защита на дигиталните транзакции. АИ Ценов |
|  6. Шишманов, К.; Маринова-Костова, К.; Цанов, Е. Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи. АИ Ценов |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Върбанов, Р., К. Шишманов и др., Информационни технологии в бизнеса, Фабер, Велико Търново |
|  2. Славова, М., Дигитална трансформация на бизнеса, Икономически и социални алтернативи, брой 4,София |
|  3. Шишманов, К.; Кузнецов, Ю.; Божиков, А.; Таиров, И. Управление на информационната сигурност в бизнес организациите. АИ Ценов |
|  4. Loudon, K, Traver, C. E-commerce: business. technology. society. 12th edition. PEARSON |
|  5. Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T., Turban, D. Electronic Commerce: A Managerial and Social NetworksPerspective. Eighth Edition. Springer |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Национална стратегия "Цифрова трансформация на България за периода 2020-2030 г |
|  2. Концепция за цифрова трансформация на българската индустрия (Индустрия 4.0) |
|  3. Закон за защита на личните данни. (2002). http://econ.bg/ЗАКОН-ЗА-ЗАЩИТА-НА ЛИЧНИТЕДАННИ\_l.l\_i.158123\_at.5 |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. Ebert, C.; Henrique C. Digital Transformation. https://www.chcduarte.com/dx2018.pdf |
|  2. National Institute of Standards and Technology. https://www.nist.gov |
|  3. E-commerce securities. http://www.uky.edu/~dsianita/390/390wk4.html |
|  4. 57 Key CRM Software Statistics: 2021/2022 Market Share Analysis & Data. https://financesonline.com/crmstatistics-analysis-of-trends-data-and-market-share/. 2021 |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(проф. д-р Красимир Шишманов) |
|  …………………………………(гл. ас. д-р Мария Ташкова) |

Ръководител катедра:

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