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“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/ДИСТАНЦИОННА Език: 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)** | **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. Учебен курс в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“,https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=8699 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Шишманов, К.; Маринова, Н.; Ташкова, М.; Таиров, И. Дигитална трансформация на бизнеса. АИ Цено |
| 2. Шишманов, К.; Маринова-Костова, К. Електронни системи за разплащания. АИ Ценов |
| 3. Шишманов, К.; Ташкова, М. Електронна търговия и дигитални пазари. АИ Ценов |
| 4. Попов, В.; Таиров, И. Системи за електронна търговия. АИ Ценов |
| 5. Шишманов, К.; Маринова-Костова, К.; Цанов, Е. Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи. АИ Ценов |
| 6. Емилова, П. Защита на дигиталните транзакции. АИ Ценов |
| 7. Върбанов, Р., К. Шишманов и др., Информационни технологии в бизнеса, Фабер, Велико Търново |
| 8. Славова, М., Дигитална трансформация на бизнеса, Икономически и социални алтернативи, брой 4,София |
| 9. Шишманов, К.; Кузнецов, Ю.; Божиков, А.; Таиров, И. Управление на информационната сигурност в бизнес организациите. АИ Ценов |

**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) |  |