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“Държавен изпит по Електронна търговия” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-М-902****Брой кредити по учебен план: (15)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-М-902 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.01/2023 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

|  |  |
| --- | --- |
| **Учебна заетост** | **Часове** |
| **Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** |  |
| 1. Самостоятелна работа
 | 375 |
| 1. Онлайн тестове и модули за самоподготовка
 | 0 |
| **Всички:**  | **375** |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия(% от комплексната оценка)** |
| **Общо за дисциплината:** | **0%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на държавния изпит**

Държавният изпит е завършващата част на обучението в ОКС „магистър“, в магистърска програма

„Електронна търговия“ за студентите, избрали тази форма за дипломиране. Полагането на държавния изпит се базира на учебното съдържание на курса чрез предварително формулирани теми от дисциплините, изучавани в едногодишния срок на обучение за студентите, завършили ОКС „бакалавър“ в същото направление, през втората година за студентите, завършили ОКС „бакалавър“ в друго направление или ОКС „професионален бакалавър“. Към посочените теми се предлага актуален списък от литературни източници за подготовка на студентите. Държавният изпит завършва с оценка, която се нанася в дипломата за придобита степен „магистър“.

**2.2. Предварителни изисквания**

Успешно положени всички изпити по дисциплините от учебния план. Изпълнени задължения и успешно положен изпит по учебната дисциплина „Магистърски практикум“.

**2.3. Организация на провеждане на държавния изпит**

Продължителността на държавния изпит е два астрономични часа, през които студентите решават тест, включващ въпроси по темите от учебната програма. Въпросите са от затворен и отговорен тип. Изпитната комисия оценява правилните отговори, познаването на терминологията и възможността за кратко и точно изложение.

**2.4. Очаквани резултати**

Компетенции за:

• работа в стресова ситуация;

• възможности за анализ на голямо по обем съдържание и подготвяне на структурирано и логично изложение;

• актуализиране и систематизиране на знанията придобити в текущата и предходни години.

**III. Учебно съдържание**

|  |
| --- |
| **ВЪПРОСИ ЗА ДЪРЖАВНИЯ ИЗПИТ** |
| **Тема 1. Системи за управление на взаимоотношенията с клиенти** |
| Същност на CRM системите и основни принципи на функционирането им
Цели, задачи и функции на CRM системите
Класификация на CRM системите
Архитектурни компоненти на CRM системите
CRM системи на водещи български и световни производители |
| **Тема 2. 2. Електронни системи за управление на взаимоотношенията с клиенти** |
| Характеристика и специфични компоненти на e-CRM системите
Основни функции и процеси, реализирани от e-CRM системата
Модели на E-CRM системи |
| **Тема 3. Електронната търговия – приложение на Интернет-технологиите в бизнеса** |
| Електронна търговия – особености и място в сферата на търговията
Основни елементи на електронния магазин
Инфраструктура на електронната търговия |
| **Тема 4. Пазарни участници в електронната търговия и нови посредници** |
| Доставчици
Производители
Търговци
Клиенти
Финансови институции
Спомагателни звена по информационната верига
Технология на обслужване и разплащане в електронната търговия |
| **Тема 5. Ползи и рискове за участниците в електронната търговия** |
|  |
| **Тема 6. Изисквания към софтуера за електронна търговия** |
| Алтернативи за уеб хостинг
Базови функции на софтуера за е-търговия
Допълнителни функции на софтуера за е-търговия
Софтуер за е-търговия в зависимост от размера на фирмата |
| **Тема 7. Мобилна търговия** |
| Концепция и разпространение
Компоненти и услуги на мобилната търговия
Приложения и услуги на мобилната търговия
Предимства и недостатъци на мобилната търговия
Тенденции в развитието на мобилната търговия |
| **Тема 8. Планиране, изграждане и интеграция на инфраструктура за е-търговия** |
| Планиране на инициативи за е-търговия
Стратегии за развитие на уеб сайтове за е-търговия
Осъществяване на проекта за е-търговия
Подход за създаване на среда за е-търговия
Възможности за разработване на приложения за е-търговия
Софтуерни пакети и комплекти за е-търговия
Свързване на базата от данни с други системи във фирмата
Избор на доставчик и софтуер |
| **Тема 9. Система за електронни разплащания** |
| Система за електронни разплащания – БИСЕРА.
Същност и функции.
Сетълмент и механизъм за чакащите плащания.
Информационна система.
Формиране на съобщенията и защита на данните.
Система за електронни разплащания в реално време RINGS
Система за електронни разплащания с бюджетни организации -СЕБРА |
| **Тема 10. Онлайн системи за електронно разплащане** |
| Същност, елементи на архитектурата на системата и механизъм на действие
Предимства и недостатъци
Онлайн система за разплащане PayPal
Онлайн система за разплащане Amazon Payments
Системата за онлайн разплащания Google Wallet
Система 2CheckOut
Система Stripe
Българската система за електронни разплащания ePay.bg |
| **Тема 11. Същност на дигитализацията и дигиталната трансформация** |
| Условия за възникването и същност на дигиталната икономика.
Технологични основи на дигиталната икономика.
Влияние на дигиталната трансформация на икономиката |
| **Тема 12. Ключови технологии в дигиталната трансформация** |
| Големи данни (Big Data)
Интернет на нещата (IoT)
Изкуствен интелект
Добавена реалност |
| **Тема 13. Защита на дигиталните транзакции** |
| Въведения и основни понятия
Заплахи за сигурността на информационните системи
Модели за сигурност
Технологични решения за защита на транзакциите в електронна среда |
| **Тема 14. Информационни системи** |
| Същност на информационната система
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)
Други информационни системи |

**IV. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **4.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Шишманов, К.; Маринова-Костова, К.; Цанов, Е. Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи. АИ Ценов, 2021. ISBN: 978-954-23-1984-9 |
|  2. Шишманов, К.; Ташкова, М. Електронна търговия и дигитални пазари. АИ Ценов, 2017. ISBN: 978-954-23-1254-3. |
|  3. Попов, В.; Таиров, И. Системи за електронна търговия. Академично издателство Ценов, 2021. ISBN: 978-954-23-2086-9. |
|  4. Шишманов, К.; Маринова-Костова, К. Електронни системи за разплащания. АИ Ценов, 2017. ISBN: 978-954-23-1393-9. |
|  5. Шишманов, К.; Ташкова, М.; Лалев, А.; Таиров, И. Дигитална трансформация на бизнеса. Академично издателство Ценов, 2021. ISBN: 978-954-23-1985-6. |
|  6. Емилова, П. Защита на дигиталните транзакции. АИ Ценов, 2017. ISBN: 978-954-23-1524-7. |
|  7. Емилова, П.; Маринова-Костова, К. Информационни системи в бизнес организацията. АИ Ценов, 2021. ISBN: 978-954-23-2003-6. |

 **4.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Величкова, Д., & Милчева, Д. E-customer relationship management в контекста на внедряването на социален софтуер за бизнеса – начин на повишаване на конкурентоспособността на организацията. Икономиката и управлението на XXI век – решения за стабилност и растеж : Международна юбилейна научна конференция:. Свищов: АИ Ценов. 2011. |
|  2. Шишманов, К. Информационни технологии във финасовата сфера, АБАГАР, 2007 г. |
|  3. 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. |
|  4. Върбанов, Р., К. Шишманов и др., Информационни технологии в бизнеса, Фабер, Велико Търново, 2009. |
|  5. Славова, М., Дигитална трансформация на бизнеса, Икономически и социални алтернативи, брой 4, София, 2016 |
|  6. Loudon, K, Traver, C. E-commerce: business. technology. society. 2016. 12th edition. PEARSON |

 **4.3. 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) // https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/ip/kontseptsia\_industria\_4.0.pdf |

 **4.4. Интернет ресурси**

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

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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