

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ИНФОРМАТИКА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС I ЧАСТ”;

ЗА СПЕЦ: „Бизнес информационни системи“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 9 за СС и СНУ, 10 за ДНДО;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 270 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 9

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	195	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Снежана Сълова)

2.
(ас. Борис Банков)

Ръководител катедра:
„Информатика“ (проф. д-р Владимир Сълов)

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина “Електронен бизнес I част” има за цел да предостави знания и умения на магистрите за методологията, организация и технология на електронна търговия и електронния маркетинг в средата на глобалната мрежа Интернет. Основните знания, които ще получат студентите са за:

- организационните форми и технологичните модели на електронната търговия;
- системите за електронни разплащания,
- мениджмънта на електронната търговия;
- програмното и техническо осигуряване на електронния бизнес;
- спецификите на маркетинговия микс в Интернет.

Знанията, които получават студентите по дисциплината, формират умения за организиране и технологично осигуряване на електронен бизнес. Практическите занятия и самостоятелната работа, която е свързана с анализиране на съществуващи системи за електронен бизнес и разработване на уеб сайтове за електронна търговия, способстват за развитие на изследователски умения и формират способности за приложение на теоретичните знания.

Дисциплината формира способности у студентите за самообучение и им спомага да усъвършенстват своите умения за работа в екип, за непрекъснато обучение и за вземане на решения относно прилагане на съвременните Интернет технологии в бизнеса.

Придобитите знания и умения в областта на електронния бизнес се разширяват и утвърждават в следващи учебни дисциплини и при разработване на магистърските тези.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Теоретични основи на електронния бизнес		4		-
1.1.	Влияние на Интернет върху бизнеса. Интернет икономика.	2		-
1.2.	Електронен бизнес – същност, форми на организация.	2		-
Тема 2. Електронна търговия		4		3
2.1.	Електронна търговия – същност, характеристики, технологични модели.	2		-
2.2.	Методика за анализ и оценка на електронни магазини.	2		3
Тема 3. Системи за електронни разплащания в Интернет		3		3
3.1.	Организация и технология на разплащанията в Интернет.	1		1
3.2.	Видове системи за онлайн разплащания.	1		2
3.3.	Сигурност и защита на електронните разплащания.	1		
Тема 4. Планиране и проектиране на онлайн бизнес		4		3
4.1.	Стратегии за онлайн бизнес.	1		-
4.2.	Оценка на готовността на фирмата за стартиране на онлайн бизнес.	1		-
4.3.	Проект за разкриване на електронен магазин.	2		3
Тема 5. Системи за информационно осигуряване на електронния бизнес		5		-
5.1.	Същност и принципи на изграждане.	2		-

5.2.	Функционален обхват и архитектура на системите за електронен бизнес.	3		-
Тема 6. Системи за електронна търговия		10		12
6.1.	Същност, архитектура и технология на работа.	1		1
6.2.	Уеб технологии и средства за разработка на системи за електронна търговия.	3		2
6.3.	Класификация на специализираните програмни средства за разработка на електронни магазини.	2		-
6.4.	Софтуер с отворен код за разработка и поддържане на електронни магазини.	4		9
Тема 7. Електронен маркетинг		15		9
7.1.	Маркетингови стратегии в Интернет. Е-маркетингов микс.	2		-
7.2.	Корпоративният уеб сайт като маркетингово средство.	3		2
7.3.	Промоция на уеб сайтовете. Стратегии за привличане и задържане на посетители към сайта.	2		1
7.4.	Подобряване мястото на фирмения уеб сайт в търсещите машини.	2		2
7.5.	Интернет реклама – видове рекламни формати.	2		2
7.6.	Социалните мрежи и блоговете като маркетингово средство.	2		1
7.7.	Други форми за електронен маркетинг - e-mail маркетинг, партньорски програми, вирусен маркетинг, RSS и др.	2		1
Общо:		45		30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Разработка на самостоятелни задания	2	60
1.2.	Разработка на курсов проект	1	45
Общо за семестриален контрол:		3	105
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	50
2.2.	Защита на курсов проект	1	40
Общо за сесиен контрол:		2	90
Общо за всички форми на контрол:		5	195

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Илиев, П, М. Кашева и С. Сълова Електронен бизнес. Варна: Изд. “Наука и икономика”, Икономически университет, 2012.
2. Сълова, С. Е-бизнес, 1 част. Ръководство за упражнения. Варна: Изд. “Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2011.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Абдикеева, Н. Интернет-технологии в економике знаний. Москва: Инфра-М, 2012.

2. Върбанов, Р. и др. Новото поколение системи за електронен бизнес и електронни разплащания // Народностопански архив, 2014, 3, с. 27 – 48.
3. Сълова, С. Софтуер с отворен код за създаване на електронни магазини. // Сп. Известия, ИУ- Варна, 2/2011. с. 65-77.
4. Сълова, С. Оценка на уеб сайтове за електронна търговия на базата на данни за използването им. Сп. Известия на Икономически университет – Варна, бр. 3, 2014. с. 38-49.
5. Сълова, С. Основни аспекти на избора на софтуер за електронна търговия, Сборник с доклади от международна научна конференция, “Икономиката в променящия се свят: национални, регионални и глобални измерения”, изд. “Наука и икономика”, Икономически университет, Варна, 2015, с. 162-166.
6. Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing, England: Pearson, 2015.
7. Chaffey, D. Digital Business and E-Commerce Management, England: Pearson; 6 edition, 2014.
8. Laudon, K. et. al. E-commerce 2013. Harlow, England: Pearson, 2013.
9. Ecommerce Platforms - unbiased reviews and comparisons of online shopping cart software. // <http://ecommerce-platforms.com>, (29.11.2016).
10. Open cart – open source shopping cart solution, <https://www.opencart.com>, (30.11.2016).
11. PrestaShop - Free ecommerce software, <https://www.prestashop.com>, (30.11.2016).
12. WooCommerce — WordPress Plugins, <https://wordpress.org/plugins/woocommerce/>, (30.11.2016).