

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА И**  
**УСЛУГИТЕ“**

---

Приета от ФС (протокол №11 / 25.04.2024 г.)

Приета от КС (протокол №11 / 08.04.2024 г.)

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Декан:**

(доц. д-р Денка Златева)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ“**

**ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7**

**ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.**

**КРЕДИТИ: 7**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

| <i><b>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</b></i>                            | <i><b>ОБЩО (часове)</b></i> | <i><b>СЕДМИЧНА<br/>НАТОВАРЕНОСТ<br/>(часове)</b></i> |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:</b>                                   |                             |                                                      |
| <b>т.ч.</b>                                                 |                             |                                                      |
| • ЛЕКЦИИ                                                    | 30                          | 2                                                    |
| • УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/<br>лабораторни упражнения) | 30                          | 2                                                    |
| <b>ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ</b>                               | 150                         | -                                                    |

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р М. Стоянов)

2. ....  
(гл. ас. д-р Д. Гроздева)

Ръководител катедра: .....  
„Икономика и управление на търговията и услугите“ (доц. д-р М. Стоянов)

## **I. АНОТАЦИЯ**

Учебната дисциплина „Електронна търговия“ се откроява със **своя интердисциплинарен характер**, засягайки важни аспекти от областта на информатиката и информационните технологии, правото, маркетинга и управлението, свързани с развитието на търговията в условията на дигитализация. С все по-активното използване на интернет в бизнеса, фирмите имат възможност за достъп до нови пазари, преодолявайки времевите и пространствени ограничения. Едно от интензивно развиващите се направления в глобалната мрежа е електронната търговия, която се утвърждава като модерен и ефективен механизъм за продажба на продукти на глобалните пазари.

Основната цел на дисциплината е задълбочаване на познанията за същността и характерните особености на електронната търговия. Разглеждат се предпоставките и етапите в нейното развитие, както и новите икономически взаимоотношения, развиващи се в съвременната бизнес среда. Изучават се различните видове електронни магазини, проблемите при тяхното изграждане и функционалната структура на е-магазина. Разширяват се знанията относно действащите към момента бизнес модели за електронна търговия с техните предимства и недостатъци; изучават се електронните разплащания, фирмената стратегия и маркетинговия микс в условията на интернет. Отделено е специално внимание на видовете киберпрестъпления и на възможностите за защита от тях. Изясняват се технологичните и правни аспекти на киберсигурността.

Студентите ще развият своите знания за същността и особеностите на новата икономика в основата на която стоят дигитализацията и използването на съвременни информационни и комуникационни средства в бизнеса. Дисциплината дава възможност на учащите да се запознаят с различни практико-приложни проблеми и техните решения в електронна среда на правене на бизнес.

Представеният лекционен материал и заложените форми за текущ контрол по „Електронна търговия“ (решаване на тестове, разработване на домашна работа за оценка на реален е-магазин и курсова работа по проблемите на електронната търговия) ще съдействат в значителна степен за повишаване и усъвършенстване на **цифровата, предприемаческата и личностната компетентност** на студентите.

## **II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ**

| №. по ред                                       | НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ                                                                                 | БРОЙ ЧАСОВЕ |    |    |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----|----|
|                                                 |                                                                                                                    | Л           | СЗ | ЛУ |
| ТЕМА 1. ИНТЕРНЕТ ИКОНОМИКА                      |                                                                                                                    | 2           | 2  |    |
| 1.1.                                            | Същност и форми на приложение на Интернет. Интернет ресурси.                                                       |             |    |    |
| 1.2.                                            | Специфика на Интернет икономиката. Основен четириъстен модел на главните пазарни участници в Интернет икономиката. |             |    |    |
| ТЕМА 2. ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС И ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ |                                                                                                                    | 2           | 2  |    |
| 2.1.                                            | Същност и обхват на електронния бизнес                                                                             |             |    |    |
| 2.2.                                            | Същност и етапи в развитието на електронната търговия                                                              |             |    |    |
| 2.3.                                            | Предпоставки за развитие на електронната търговия                                                                  |             |    |    |
| ТЕМА 3. ТРАДИЦИОННА И ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ       |                                                                                                                    | 2           | 2  |    |
| 3.1.                                            | Основни различия между традиционната и електронната търговия. Предимства и недостатъци на електронната търговия.   |             |    |    |
| 3.2.                                            | Типове продажби по електронен път                                                                                  |             |    |    |

|                                                                                  |                                                                                                                                        |           |           |  |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|--|
| <b>ТЕМА 4. ТЪРГОВИЯ НА ЕЛЕКТРОННИТЕ ПАЗАРИ</b>                                   |                                                                                                                                        | <b>2</b>  | <b>2</b>  |  |
| 4.1.                                                                             | Същност и характеристики на електронния пазар                                                                                          |           |           |  |
| 4.2.                                                                             | Елементи на пазарната трансакция                                                                                                       |           |           |  |
| 4.3.                                                                             | Основни фази на пазарната трансакция                                                                                                   |           |           |  |
| <b>ТЕМА 5. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ПАЗАРНИТЕ УЧАСТНИЦИ В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ</b> |                                                                                                                                        | <b>4</b>  | <b>4</b>  |  |
| 5.1.                                                                             | Типове взаимоотношения между пазарните участници                                                                                       |           |           |  |
| 5.2.                                                                             | Основни бизнес модели                                                                                                                  |           |           |  |
| <b>ТЕМА 6. ЕЛЕКТРОННИ ПРОДАЖБИ</b>                                               |                                                                                                                                        | <b>2</b>  | <b>2</b>  |  |
| 6.1.                                                                             | Особености и тенденции в развитието на електронните продажби                                                                           |           |           |  |
| 6.2.                                                                             | Етапи при реализиране на електронната продажба                                                                                         |           |           |  |
| 6.3.                                                                             | Трансгранични електронни продажби                                                                                                      |           |           |  |
| <b>ТЕМА 7. ЕЛЕКТРОНЕН МАГАЗИН</b>                                                |                                                                                                                                        | <b>4</b>  | <b>4</b>  |  |
| 7.1.                                                                             | Същност и видове електронни магазини                                                                                                   |           |           |  |
| 7.2.                                                                             | Основни проблеми при изграждането на интернет магазин                                                                                  |           |           |  |
| 7.3.                                                                             | Функционална структура на е-магазина                                                                                                   |           |           |  |
| <b>ТЕМА 8. РАЗПЛАЩАНИЯ ПРИ ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ</b>                             |                                                                                                                                        | <b>2</b>  | <b>2</b>  |  |
| 8.1.                                                                             | Методи на плащане при електронна покупка – същност и класификация                                                                      |           |           |  |
| 8.2.                                                                             | Система за Интернет разплащания ePay.bg                                                                                                |           |           |  |
| <b>ТЕМА 9. ПРИЛОЖЕНИЕ НА WEB 4.0 В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ</b>                     |                                                                                                                                        | <b>2</b>  | <b>2</b>  |  |
| 9.1.                                                                             | Еволюция на WWW: от Web 1.0 до Web 4.0                                                                                                 |           |           |  |
| 9.2.                                                                             | Възможности за използване на блоговете и социалните мрежи при осъществяване на електронната търговия                                   |           |           |  |
| 9.3.                                                                             | Приложение на изкуствения интелект и виртуалната реалност в електронната търговия                                                      |           |           |  |
| <b>ТЕМА 10. ФИРМЕНА СТРАТЕГИЯ В УСЛОВИЯТА НА ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ</b>             |                                                                                                                                        | <b>2</b>  | <b>2</b>  |  |
| 10.1.                                                                            | Виртуална стратегия за развитие на фирмата                                                                                             |           |           |  |
| 10.2.                                                                            | Комбинирана фирмена стратегия за търговия                                                                                              |           |           |  |
| <b>ТЕМА 11. КОМПОНЕНТИ НА МАРКЕТИНГОВИЯ МИКС ПРИ ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ</b>       |                                                                                                                                        | <b>4</b>  | <b>4</b>  |  |
| 11.1.                                                                            | Специфика на продуктите в условията на електронна търговия. Основни продуктови стратегии на електронния пазар                          |           |           |  |
| 11.2.                                                                            | Особености на цената в условията на е-пазари. Базови ценови стратегии                                                                  |           |           |  |
| 11.3.                                                                            | Същност и видове електронни канали за дистрибуция. Показатели за оценка на състоянието и развитието на електронния канал за реализация |           |           |  |
| 11.4.                                                                            | Същност и особености на интернет рекламата. Рекламни формати в интернет. Ценови модели на заплащане на рекламата в интернет            |           |           |  |
| <b>ТЕМА 12. КИБЕРПРЕСТЪПЛЕНИЯ И КИБЕРСИГУРНОСТ</b>                               |                                                                                                                                        | <b>2</b>  | <b>2</b>  |  |
| 12.1.                                                                            | Същност и видове киберпрестъпления                                                                                                     |           |           |  |
| 12.2.                                                                            | Технологични аспекти на киберсигурността                                                                                               |           |           |  |
| 12.3.                                                                            | Правни аспекти на киберсигурността                                                                                                     |           |           |  |
| <b>Общо:</b>                                                                     |                                                                                                                                        | <b>30</b> | <b>30</b> |  |

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ**

| №. по ред                                | ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА <sup>1</sup>                      | Брой     | ИАЗ ч.     |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------|------------|
| <b>1.</b>                                | <b>Семестриално оценяване</b>                             |          |            |
| 1.1.                                     | Тест със смесени въпроси                                  | 2        | 40         |
| 1.2.                                     | Домашна работа (оценка на реален електронен магазин)      | 1        | 20         |
| 1.3.                                     | Курсова работа (по проблемите на електронната търговията) | 1        | 30         |
| <b>Общо за семестриалното оценяване:</b> |                                                           | <b>4</b> | <b>90</b>  |
| <b>2.</b>                                | <b>Сесийно оценяване</b>                                  |          |            |
| 2.1.                                     | Изпит (тест със смесени въпроси)                          | 1        | 60         |
| <b>Общо за сесийното оценяване:</b>      |                                                           | <b>1</b> | <b>60</b>  |
| <b>Общо за всички форми на контрол:</b>  |                                                           | <b>5</b> | <b>150</b> |

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Димитрова, В. и др. (2021). Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите. Варна: „Наука и икономика“, Библиотека „Проф. Цани Калянджиев“, Кн. 70, 254 с.
2. Илиев П., Кашева, М., Сълова, С. (2011). Електронен бизнес 1 част, Варна: „Наука и икономика“.

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Върбанов, Р. и др. (2014). Web технологии. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“.
2. Върбанов, Р. (2011). Бизнес в средата на Web 2.0. (Web 2.0, Enterprise 2.0, Cloud Computing, SaaS). Свищов: АИ „Ценов“.
3. Годин, С. (2010). Маркетингът на позволениято: Маркетингът на електронния век. София: „Локус Пъблишинг“.
4. Горанова, П. (2017). Електронните магазини и процеса на продажбите. // Известия на Съюза на учените – Варна, Серия „Икономически науки“, № 1, с. 72-75.
5. Гроздева, Д. (2023). Динамично ценообразуване в електронната търговия. // Търговия 5.0 - дигитализация и/или хуманизация, Варна: „Наука и икономика“, с. 288-295.
6. Гроздева, Д. (2020). Електронните маркетплейс платформи и прилагането им от предприятията за онлайн продажби. // Икономическа наука, образование и реална икономика: развитие и взаимодействия в дигиталната епоха, Варна: „Наука и икономика“, Т. 1, с. 610-622.
7. Гроздева, Д. (2020). Електронната търговия в условията на коронавируса. // Инфраструктура & Комуникации, София: УНСС, № 15, с. 94-97.
8. Гроздева, Д. (2013). Особености и предимства на трансграничната електронна търговия в страните от Европейския съюз. // Регионални и глобални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, с. 619-628.
9. Гроздева, Д. (2012). Онлайн социалните мрежи и приложението им в търговския бизнес // Известия на Съюза на учените – Варна, Серия „Икономически науки“, с. 27-32.

<sup>1</sup> При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

10. Данчев, Д. (2023). Съвременни измерения на социалната търговия. // Научни трудове на Университет за национално и световно стопанство, София: ИК УНСС, Год. 63, 2, с. 13-26.
11. Данчев, Д. (2022). Онлайн търговията в социалните мрежи: глобална перспектива. // Диалог, Свищов: АИ „Ценов“, 3, с. 17-33.
12. Димитрова, В. и др. (2011). Управление на продажбите. Варна: „Наука и икономика“.
13. Кобелев, О. (2012). Електронна търговия: Учебно пособие. Москва: „Дашков и К“.
14. Парушева, С. (2014). Електронен бизнес 2 част. Варна: „Наука и икономика“.
15. Рибов, М. (2021). Новите технологии. Следващото поколение. София: ИК УНСС.
16. Стоянов, М. (2019). Защита срещу измамите при електронните разплащания в търговията. // Икономика 21, бр. 1.
17. Стоянов, М., Гроздева, Д. (2023). Бариери за онлайн покупките. // Научни трудове на Университет за национално и световно стопанство, София: ИК УНСС, Год. 63, 2, с. 65-77.
18. Стоянов, М., Гроздева, Д. Мобилната интернет търговия като флуидна форма на търговски обмен. // Диалог, Свищов: АИ „Ценов“, № 2, с. 81-102.
19. Стоянов, М. (2016). Флуидност на телекомуникациите като предпоставка за развитие на електронната търговия. // Омниканална търговия и иновации, София: ИК УНСС, с. 139-145.
20. Стоянов, М. (2016). Проблеми на защитата на потребителите при електронната търговия. // Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж, Свищов: АИ „Ценов“, том I, с. 155-160.
21. Стоянов, М. (2013). Нарастване значението на електронната търговия в България. // Известия на Съюза на учените – Варна, № 1, с. 25-33.
22. Сълова, С. и колектив. (2018). Интернет технологии. Варна: УИ „Наука и икономика“.
23. Сълова, С. (2011). Е-бизнес: Ръководство за упражнения. Варна: „Наука и икономика“.
24. Сълова, С., Банков, Б., Стоянова, М. (2024). Уеб технологии. Варна: „Наука и икономика“.
25. Закон за защита на потребителите. Обн., ДВ, бр. 99 от 9.12.2005 г., в сила от 10.06.2006 г., и последващи изменения и допълнения.
26. Закон за предоставяне на цифрово съдържание и цифрови услуги и за продажба на стоки. Обн. ДВ. бр.23 от 19 Март 2021 г.
27. Laudon, K., Traver, C. (2017). E-Commerce 2017: Business, Technology, Society. 13. ed., Harlow, England: Pearson Education LTD.
28. Michael, Ed., Shaw, J. (2015). E-Commerce and the Digital Economy. London: Routledge Journals, Taylor & Francis Group.
29. Stojanov, M. (2022). Automated Parcel Terminals - Commercialization of the System for Automated Post Services. // Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, Varna: Union of Scientists - Varna, 11, 2, pp. 21-28.

Март 2024 г.  
МС/ДГ