

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

Приета от ФС (протокол №/ дата):
Приета от КС (протокол №6/ 28.02.2020 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“
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6;
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.
КРЕДИТИ: 6

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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р М. Стоянов)
2.
(гл. ас. д-р Д. Гроздева)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията“ (доц. д-р В. Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Електронна търговия“ е предназначена за обучение на студентите от образователно-квалификационната степен „Бакалавър“ при специалност „Икономика и търговия“.

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, както 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. Разглеждат се технологичните и правни аспекти на киберсигурността. Студентите имат възможност да се запознаят с практико-приложни проблеми и техните решения в електронна среда на правене на бизнес.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. 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 четиристепенен 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.			
ТЕМА 4. ТЪРГОВИЯ НА ЕЛЕКТРОННИТЕ ПАЗАРИ		2	2	
4.1.	Същност и характеристики на електронния пазар.			
4.2.	Елементи на пазарната транзакция.			
4.3.	Основни фази на пазарната транзакция.			
ТЕМА 5. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ПАЗАРНИТЕ УЧАСТНИЦИ В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ		4	4	
5.1.	Типове взаимоотношения между пазарните участници.			
5.2.	Основни бизнес модели.			

ТЕМА 6. ЕЛЕКТРОННИ ПРОДАЖБИ		2	2	
6.1.	Особености и тенденции в развитието на електронните продажби.			
6.2.	Етапи при реализиране на електронната продажба.			
6.3.	Трансгранични електронни продажби.			
ТЕМА 7. ЕЛЕКТРОНЕН МАГАЗИН		3	3	
7.1.	Същност и видове електронни магазини.			
7.2.	Основни проблеми при изграждането на Интернет магазин.			
7.3.	Функционална структура на е-магазина.			
ТЕМА 8. ЕЛЕКТРОННИ РАЗПЛАЩАНИЯ		2	2	
8.1.	Методи на плащане при електронна покупка – същност и класификация.			
8.2.	Система за Интернет разплащания ePay.bg.			
ТЕМА 9. ПРИЛОЖЕНИЕ НА WEB 4.0 В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ		2	2	
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.			
ТЕМА 10. ФИРМЕНА СТРАТЕГИЯ В УСЛОВИЯТА НА ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ		2	2	
10.1.	Виртуална стратегия за развитие на фирмата.			
10.2.	Комбинирана фирмена стратегия за търговия.			
ТЕМА 11. КОМПОНЕНТИ НА МАРКЕТИНГОВИЯ МИКС ПРИ ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ		4	4	
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.			
ТЕМА 12. КИБЕРПРЕСТЪПЛЕНИЯ И КИБЕРСИГУРНОСТ		3	3	
12.1.	Същност и видове киберпрестъпления.			
12.2.	Технологични аспекти на киберсигурността.			
12.3.	Правни аспекти на киберсигурността.			
		Общо:	30	30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Домашна работа	1	40
1.2.	Тест (с отворени, затворени и/или смесени въпроси)	2	40
Общо за семестриален контрол:		3	80

2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Тест (с отворени, затворени и/или смесени въпроси)	1	40
	Общо за сесиен контрол:	1	40
	Общо за всички форми на контрол:	4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Илиев П., М. Кашева, С. Сълова. Електронен бизнес 1 част, Варна: УИ „Наука и икономика“, 2011.
2. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България - състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Върбанов, Р. и др. Бизнес информатика. Велико Търново: „Фабер“, 2014.
2. Върбанов, Р. и др. Web технологии. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2014.
3. Горанова, П. Електронните магазини и процеса на продажбите. // сп. Изв. на Съюза на учените – Варна, Серия „Икономически науки“, №: 1, 2017, с. 72-75.
4. Гроздева, Д. Бизнес модели за онлайн поръчка на готова храна = Online Food Ordering Business Models. // сп. Изв. на Съюза на учените – Варна, Серия „Икономически науки“, Т. 8, №2, 2019, с. 47-55.
5. Гроздева, Д. Електронните продажби на облекло и обувки в България - състояние и тенденции. // Търговия 4.0 - наука, практика и образование: Сборник с доклади от международна научна конференция, Варна: „Наука и икономика“, 2018, 97-107.
6. Гроздева, Д. Електронната търговия с храни и напитки – проблеми и перспективи. // сп. Изв. на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, №1, 2017, с. 52-62.
7. Гроздева, Д. Същност и глобални имерения на омниканалната търговия на дребно. // Омниканална търговия и иновации: Сборник доклади от международна научна конференция. София: ИК – УНСС, 2016, с. 100-106.
8. Гроздева, Д. Особености и предимства на трансграничната електронна търговия в страните от Европейския съюз // Регионални и глобални измерения на търговията: Сборник доклади от международна академична конференция. Варна: „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2013, с. 619-628.
9. Гроздева, Д. Хибридният подход като предпоставка за успешно развитие на търговските фирми. // Търговията – минало, настояще и бъдеще: Сборник доклади от юбилейна международна научна конференция. София: ИК – УНСС, 2013, с. 68-73.
10. Гроздева, Д. Онлайн социалните мрежи и приложението им в търговския бизнес // сп. Изв. на Съюза на учените – Варна, Серия „Икономически науки“, 2012, с. 27-32.
11. Гълъбова, В. Социалната търговия: новият бизнес модел. // Търговският и туристическият бизнес в условия на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж:

- Кръгла маса с международно участие, 21 октомври 2016 г., Т. 1, Свищов: АИ „Ценов“, 2016, с. 149-154.
12. Димитрова, В. и др. Управление на продажбите. Варна: „Наука и икономика“, 2011.
 13. Желязкова, Д., Д. Гроздева, М. Стоянов. Национални и регионални измерения на извънмагазинната търговия и куриерските услуги в Република България и област Варна. // Год. Икон. унив. – Варна, 2016, с. 187-242.
 14. Кобелев, О. Електронна коммерсия: Учебно пособие. Москва: „Дашков и К“, 2012.
 15. Парушева, С. Електронен бизнес 2 част. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014.
 16. Скотт, Д. Новые правила маркетинга и PR: Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. Москва: „Альпина Пабл.“, 2013.
 17. Стоянов, М. Защита срещу измамите при електронните разплащания в търговията. // Икономика 21: Междуниверситетско списание, Свищов: АИ „Ценов“, № 1, 2019, с. 51-71.
 18. Стоянов, М. Интернет в света на бизнеса. // Икономиката в променящия се свят - национални, регионални и глобални измерения : ИПС - 2017 : Сборник с доклади от VIII междунар. науч. конф., Т. 1, Варна: УИ „Наука и икономика“, 2017, с. 541-550.
 19. Стоянов, М., Д. Гроздева. Мобилната интернет търговия като флуидна форма на търговски обмен. // Диалог: Електронно списание на СА „Д. А. Ценов“, № 2, Свищов: АИ „Ценов“, 2017, с. 81-102.
 20. Стоянов, М. Проблеми на защитата на потребителите при електронната търговия. // Сборник доклади от кръгла маса с международно участие „Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“, Свищов: АИ „Ценов“, Т. I, 2016, с. 155-160.
 21. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, 2015, 271 с.
 22. Стоянов, М. Нарастване на значението на електронната търговия в България. // сп. Изв. на Съюза на учените – Варна, 2013, №1, с. 25-33.
 23. Сълова, С. и колектив. Интернет технологии. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2018.
 24. Dimitrova, V., M. Kaneva. Electronic Commerce and Gross Domestic Product Growth in Bulgaria. // 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science and Arts: SGEM 2018: Conference Proceedings, 24 Aug. - 2 Sept. 2018, Albena, Bulgaria: Vol. 5. Modern Science. Iss. 1.5. Sofia: STEF93 Technology Ltd., 2018, p. 297-304.
 25. Dimitrova, V., Y. Hristova, M. Mileva. Competitive Structure of Electronic Retailing in Bulgaria. // 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts: SGEM 2018: Conference Proceedings, 26 Aug. - 01 Sept. 2018, Albena, Bulgaria: Vol. 5. Modern Science. Iss. 1.5. Sofia: STEF92 Technology Ltd., 2018, p. 161-168.
 26. Laudon, K., C. Traver. E-Commerce 2017: Business, Technology, Society. 13. ed. - Harlow, England: Pearson Education LTD, 2017.
 27. Michael, Ed., J. Shaw. E-Commerce and the Digital Economy. London: Routledge Journals, Taylor & Francis Group, 2015.
 28. Stojanov, M., Grozdeva, D., Peteva Laskova, V. National Dimensions of Digital Transformation of Bulgarian Enterprises. // 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts: SGEM 2018: Conference Proceedings, 26 Aug. -

- 01 Sept. 2018, Albena, Bulgaria: Vol. 5. Modern Science. Iss. 1.5. Business and Management, Sofia: STEF92 Technology Ltd., 5, 2018, 1.5, p. 697-704.
29. Schneider, G. Electronic commerce. Cengage Learning, 2010.

02.2020 г.
МС/ДГ