

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ –ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ“

Приета от ФС (протокол № 12/ 29.04.2024 г.)

Приета от КС (протокол № 8/ 16.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Д. Добрев)

УЧЕБНА ПРОГРАМА

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ДИГИТАЛИЗАЦИЯ И ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ“

ЗА СПЕЦ: „Морски бизнес и международна търговия“;

ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

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 и услугите“ (доц. д-р М. Стоянов)

I. АНОТАЦИЯ

Учебната програма по „Дигитализация и електронна търговия“ предоставя знания по ключови аспекти и компетенции за технологичните и бизнес елементи на цифровата трансформация в икономиката и функционирането на електронната търговия. Запознаването с теорията и практиката на извършване на бизнес по Интернет предоставя възможност студентите да се запознаят с теоретичната същност на дигитализацията и електронната търговия и нейното приложение в бизнеса за създаване на нови продукти, оптимизиране на оперативните разходи и подобряване на алокацията на ресурси във физическа и онлайн среда. Прегледът на различни инициативи и бизнес приложения на електронната търговия, описват бизнес стратегиите на модерните компании за извличане на ползност от присъствието в глобалната мрежа. Но подобно бизнес поведение е свързано и с познаването на актуалните проблемни измерения, правни аспекти и задължения на участниците, осъществяващи бизнес в онлайн среда.

Разнообразието от Интернет и уеб технологии, очертават как хората и бизнесът могат да използват мрежата, за правене на бизнес посредством мобилна, социална, гласова и бърза търговия. Тяхното познаване позволява усъвършенстване на уменията за приложения на новите концепции в електронна среда и тяхното приложение в личното и трудово ежедневие.

Динамиката на учебното съдържание се свързва с необходимостта за поддържане на теоретичната материя максимално адаптирана към непрестанните промени на електронната търговия и интернет, които са в системен процес на усъвършенстване и иновативно развитие. **Интердисциплинарният подход** е широко застъпен предвид факта, че дисциплината включва познания от предметните области на информационните и комуникационните технологии, икономиката и търговията, правото.

Ключовите компетенции заложенi по дисциплината са: **цифрова и гражданска компетентност**.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА И ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ		4	4	
1.1.	Дигитална революция и драйвери на цифровата промяна			
1.2.	Същност и вълни на електронната търговия			
1.3.	Етични, законови и данъчни аспекти на електронната търговия			
ТЕМА 2. ТЕХНОЛОГИЧНИ ТЕНДЕНЦИИ ПРИ ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ		2	2	
2.1.	Компютри и визуализация. Мрежова свързаност.			
2.2.	Изкуствен интелект			
2.3.	Цифрова трансформация на жизнения цикъл на продукта – идея, реализация, използване			
ТЕМА 3. БИЗНЕС МОДЕЛИ ПРИ ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ		2	2	
3.1.	Предимства и недостатъци на електронната търговия			
3.2.	Концептуална същност на моделите на електронна търговия			
ТЕМА 4. БИЗНЕС СТРАТЕГИИ ЗА ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ		4	4	
4.1.	Продаване по интернет			
4.2.	Източници на приходи в онлайн пространството			

ТЕМА 5. МЕЖДУНАРОДНА АСПЕКТИ НА ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ		2	2	
5.1.	Проблеми с доверието в мрежата и нейната инфраструктура			
5.2.	Култура и езикови аспекти			
5.3.	Логистични и митнически въпроси			
ТЕМА 6. МАРКЕТИНГ В УЕБ		2	2	
6.1.	Маркетингови стратегии. Създаване и управление на бранд.			
6.2.	Рекламирање през интернет. Управление на взаимоотношенията с клиентите			
ТЕМА 7. БИЗНЕС-КЪМ-БИЗНЕС (B2B) ДЕЙНОСТИ		4	4	
7.1.	Закупуване, логистика и допълнителни дейности			
7.2.	Електронен обмен на данни			
7.3.	Управление на веригите за доставки с помощта на интернет технологии			
7.4.	Електронен маркетинг			
ТЕМА 8. СОЦИАЛНА ТЪРГОВИЯ		2	2	
8.1.	Виртуална комуникация и социални мрежи			
8.2.	Източници на доходи в социалните мрежи			
ТЕМА 9. МОБИЛНА ТЪРГОВИЯ		2	2	
9.1.	Същност, предимства и бариери пред мобилната търговия			
9.2.	Мобилни приложения			
9.3.	Състояние и тенденции в развитието на мобилната търговия			
ТЕМА 10. ГЛАСОВА И БЪРЗА ТЪРГОВИЯ		4	4	
10.1.	Същност, предимства и проблеми на гласовата и бързата търговия			
10.2.	Приложни аспекти и тенденции в развитието на гласовата и бързата търговия			
ТЕМА 11. СИГУРНОСТ И ПЛАТЕЖНИ СИСТЕМИ ПРИ ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ		2	2	
11.1.	Методи за разплащания в електронната търговия			
11.2.	Киберпрестъпност и киберсигурност			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Курсов проект върху реален бизнес субект	1	40
1.2.	Презентиране на курсов проект	1	10
1.3.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	3	30
Общо за семестриалното оценяване:		5	80
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	40
Общо за сесийното оценяване:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		6	120

¹ 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.

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. **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“, 1, с. 610-622.
2. **Данчев, Д.** (2023). Съвременни измерения на социалната търговия. // Научни трудове на Университет за национално и световно стопанство, София: Издателски комплекс УНСС, Год. 63, 2, с. 13-26.
3. **Данчев, Д.** (2022). Онлайн търговията в социалните мрежи: глобална перспектива. // Диалог, Свищов: Акад. изд. „Ценов“, 22, 3, с. 17-33.
4. **Данчев, Д.** (2016). Мобилната търговия - концептуална рамка и приложни проекции. // Омниканална търговия и иновации, София: УНСС, с. 130-138.
5. **Димитрова, В., Желязкова, Д., Стоянов, М., Петева, В., Гроздева, Д., Граматикова, Е., Кънева, М., Душкова, М., Христова, Ю.** (2021). Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите. Варна: „Наука и икономика“, (Библ. Цани Калянджиев; Кн. 70).
6. **Стоянов, М., Гроздева, Д.** (2023). Барииери за онлайн покупките. // Научни трудове на УНСС, том 2, с. 65-77. DOI: <https://doi.org/10.37075/RP.2023.2.05>
7. **Стоянов, М.** (2022). Q-commerce – следващо поколение електронна търговия = Q-COMMERCE – the next generation e-commerce. // Бизнес управление, год. XXXII, кн. 1, с. 18-37.
8. **Стоянов, М.** (2019). Защита срещу измамите при електронните разплащания в търговията. // Икономика 21, Година IX, книга 1, с. 51-71.
9. **Стоянов, М., Гроздева, Д.** (2017). Мобилната интернет търговия като флуидна форма на търговски обмен. // Диалог, бр. 2, с. 81-102.
10. **Grozdeva, D.** (2022). Sustainable E-commerce. // Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, Varna: Union of Scientists - Varna, 11, 2, pp. 161-171.
11. **Stojanov, M.** (2022). Voice Commerce Technology Capabilities. // Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, 11(1), pp.222-228.
12. **Stojanov, M.** (2021). Wireless technologies in the commercial business. // Trakia Journal of Sciences, Vol. 19, Suppl. 1, pp. 231-237.
13. **Stojanov, M., Grozdeva, D., Peteva, V.** (2018). National dimensions of digital transformation of Bulgarian enterprises. // SGEM 2018, Volume 5, Modern science. Business and Management, Issue 1.5, pp. 697 – 704. DOI: 10.5593/sgemsocial2018/1.5.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. **Гроздева, Д., Стоянов, М.** (2021). Завладени от Интернет-на-нещата. // Търговията – научно знание и бизнес реалност, Свищов: Академично изд. „Ценов“, с. 220-228.
2. **Желязкова, Д., М. Стоянов.** (2019). Интеграция на електронната търговия и куриерските услуги в съвременната цифрова реалност. // Знанието по логистика и управление на веригата на доставките в България: Образование, бизнес, наука, София: Издателски комплекс – УНСС, с. 127-136.

3. **Стоянов, М.** (2020). Ежедневие в интернет. // Икономическа наука, образование и реална икономика: развитие и взаимодействия в дигиталната епоха, Варна: „Наука и икономика“, 3, с. 80-92.
4. **Стоянов, М.** (2017). Интернет в света на бизнеса. // Икономиката в променящия се свят – национални, регионални и глобални измерения (ИПС-2017), Варна: „Наука и икономика“, с. 541- 550.
5. **Grozdeva, D.** (2021). Consumption of Pirated Online Content in the European Union // Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, Varna: Union of Scientists - Varna, 10, 2021, 2, pp. 3-12.
6. **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, 11(2), pp. 21-28.
7. **Stojanov, M.** (2019) Prospects for Chatbots. // Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, Varna: Union of Scientists – Varna, 8(3), pp. 10-16. doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.3.10
8. **Stojanov, M.** (2018). Forms of payments in electronic commerce. // Ukraine – Bulgaria – European Union: contemporary state and perspectives, Kherson National Technical University, pp. 29-33.
9. **Chan, H., Lee, R., Dillon, T., Chang, E.** (2001). E-commerce. Fundamentals and Applications. John Wiley & Sons, LTD.
10. **Schneider, G. P.** (2011). Electronic commerce. Course technology. Cengage learning.

Март 2024 г.
МС/ДГ