

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**  
**ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ**  
**КАТЕДРА „ИНФОРМАТИКА“**

---

---

Приета от ФС (протокол №8 / 05.03.2020 г.)

Приета от КС (протокол №7 / 28.02.2020 г.)

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Декан:**

(проф. д-р Владимир Сълов)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „УЕБ ПРИЛОЖЕНИЯ ЗА Е-ТЪРГОВИЯ“;**

**ЗА СПЕЦ: „Мобилни и уеб технологии“; ОКС „магистър“**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 - СС, 6 - ДНДО; СЕМЕСТЪР: 10 - СС, 12 - ДНДО;**

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

**КРЕДИТИ: 7**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

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

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р Снежана Сълова)
2. ....  
(доц. д-р Силвия Парушева)
3. ....  
(доц. д-р Павел Петров)

Ръководител катедра: .....  
„Информатика“ (проф. д-р Юлиан Василев)

## I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Уеб приложения за е-търговия“ има за цел за даде теоретични познания и практически умения на магистрите от специалност „Мобилни и уеб технологии“ за спецификите и начините на разработка на електронни магазини. Акцент се поставя върху получаване на знания за:

- характеристиките, организационните форми и теоретичните модели на електронната търговия;
- системите за електронни разплащания в Интернет;
- технологичните особености и архитектурата на уеб базираните приложения за електронна търговия;
- стратегиите за популяризиране на електронните магазини.

В резултат на обучението по дисциплината се формират умения за приложение на теоретичните знания в практиката и по-специално за разработване, поддържане и популяризиране на уеб приложения за електронна търговия.

Дисциплината създава 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.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

| No. по ред   | НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ   | БРОЙ ЧАСОВЕ |          |    |
|--|--|-------------|----------|----|
|  |  | Л           | СЗ       | ЛУ |
| <b>Тема 1. Въведение в електронния бизнес</b>                                  |  | <b>2</b>    | <b>-</b> |    |
| 1.1.   | Влияние на Интернет върху бизнеса.   | 1           | -        |    |
| 1.2.   | Електронен бизнес – същност, характеристики, видове                        | 1           | -        |    |
| <b>Тема 2. Основи на електронната търговия</b>                                 |  | <b>4</b>    | <b>4</b> |    |
| 2.1.   | Електронна търговия – същност и видове                                     | 1           | 1        |    |
| 2.2.   | Бизнес модели за електронна търговия                                       | 1           | 1        |    |
| 2.3.   | Модели за електронна търговия според начините за реализиране на приходи    | 1           | 1        |    |
| 2.4.   | Мобилна търговия   | 1           | 1        |    |
| <b>Тема 3. Системи за електронни разплащания</b>                               |  | <b>4</b>    | <b>3</b> |    |
| 3.1.   | Същност на системите за електронни разплащания                             | 1           | 1        |    |
| 3.2.   | Видове електронни платежни системи и свързаните с тях платежни инструменти | 2           | 1        |    |
| 3.3.   | Сигурност и защита при Интернет разплащанията                              | 1           | 1        |    |
| <b>Тема 4. Архитектура и функционалност на уеб приложенията за е-търговия</b>  |  | <b>4</b>    | <b>3</b> |    |
| 4.1.   | Основни характеристики на уеб приложенията за е-търговия                   | 2           | 1        |    |
| 4.2.   | Анализ и оценка на електронни магазини                                     | 1           | 1        |    |
| 4.3.   | Архитектура на уеб приложенията за е-търговия                              | 1           | 1        |    |
| <b>Тема 5. Софтуерни средства за създаване на уеб приложения за е-търговия</b> |  | <b>6</b>    | <b>8</b> |    |
| 5.1.   | Технологии за създаване на уеб приложения за е-търговия                    | 2           | 4        |    |
| 5.2.   | CMS системи за създаване на уеб приложения за е-търговия                   | 4           | 4        |    |
| <b>Тема 6. Администриране на уеб сайт за електронна търговия</b>               |  | <b>6</b>    | <b>8</b> |    |
| 6.1.   | Администриране на DNS, RDBMS и уеб сървъри                                 | 1           | 2        |    |

|   |   |           |           |  |
|---|---|-----------|-----------|--|
| 6.2.  | Инсталиране и поддържане работата на уеб приложения         | 2         | 2         |  |
| 6.3.  | Инструменти за онлайн анализ на трафика                     | 2         | 2         |  |
| 6.4.  | Проблеми на сигурността и безопасността                     | 1         | 2         |  |
| <b>Тема 7. Стратегии за популяризиране на електронните магазини</b> |   | <b>4</b>  | <b>4</b>  |  |
| 7.1.  | Уеб сайтът за е-търговия като маркетингов инструмент        | 1         | 1         |  |
| 7.2.  | Популяризиране на електронни магазини чрез Интернет реклама | 1         | 1         |  |
| 7.3.  | Социалните мрежи и блоговете като маркетингово средство     | 1         | 1         |  |
| 7.4.  | SEO оптимизация на уеб сайта за е-търговия                  | 1         | 1         |  |
| <b>Общо:</b>  |   | <b>30</b> | <b>30</b> |  |

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

| <b>№ по ред</b>                         | <b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>      | <b>Брой</b> | <b>ИАЗ ч.</b> |
|---|-------------------------------------|-------------|---------------|
| <b>1.</b>                               | <b>Семестриален (текущ) контрол</b> |             |               |
| 1.1.                                    | Тест                                | 1           | 30            |
| 1.2.                                    | Контролна работа                    | 1           | 30            |
| 1.3.                                    | Курсов проект                       | 1           | 30            |
| <b>Общо за семестриален контрол:</b>    |                                     | <b>3</b>    | <b>100</b>    |
| <b>2.</b>                               | <b>Сесиен (краен) контрол</b>       |             |               |
| 2.1.                                    | Изпит (тест)                        | 1           | 50            |
| <b>Общо за сесиен контрол:</b>          |                                     | <b>1</b>    | <b>50</b>     |
| <b>Общо за всички форми на контрол:</b> |                                     | <b>4</b>    | <b>150</b>    |

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

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

1. Илиев, П, Кашева, М. и Сълова, С. Електронен бизнес. Варна: Изд. „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, 2012.
2. Парушева, С., Несторов, К., Електронен бизнес, Втора част, Варна: Изд. „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, 2014.
3. Сълова, С. Тенденции в развитието на софтуерните платформи с отворен код за създаване на електронни магазини, сп. Известия на Съюза на учените – Варна, 2017, 187-196.

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

1. Парушева, С. Кибератаките в интернет банкирането – предизвикателства към финансовите институции. Наука и икономика, Икономически университет – Варна, 2012, с. 158-165.
2. Петров, П., Куюмджиев, И. Сървърно програмиране. Варна: Унив. изд. Наука и икономика, 2018.
3. Сълова, С. Е-бизнес, 1 част. Ръководство за упражнения. Варна: Изд. „Наука и икономика“, ИУ – Варна, 2011.
4. 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.
5. Томс, Ж. и др. Успешен онлайн маркетинг с 65 примера от практиката. София: СИЕЛА, 2010.
  6. Laudon, K. and Traver, C. E-Commerce 2017: Business, Technology, Society, Pearson, 13 edition, 2017.
  7. Parusheva, S. A comparative study on the application of biometric technologies for authentication in online banking. Egyptian Computer Science Journal, Vol. 39, No. 4, September 2015, pp. 116-127.
  8. Parusheva, S. Social Media Banking Models: a Case Study of a Practical Implementation in Banking Sector. Ikonomicheski Izsledvania, 3, Sofia: Bulgarian Academy of Science, 2017, pp. 125-141.
  9. Sulova, S. A System for E-commerce Website Evaluation. 19 International Multidisciplinary Scientific Geoconference SGEM 2019: Conference Proceedings, 28 June-7 July 2018, Albena, Bulgaria: Vol. 19. Informatics, Geoinformatics and Remote Sensing. Iss. 2.1, Sofia: STEF92 Technology Ltd., 19, 2019, 2.1, 25-32.
  10. Ecommerce Platforms - unbiased reviews and comparisons of online shopping cart software. // <http://ecommerce-platforms.com>, 11.12.2017.