

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „БИЗНЕС, ИНВЕСТИЦИИ, НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“

Приета от ФС протокол № 11/ 25.04.2024 г.

Приета от КС протокол № 11/ 16.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС“

ЗА СПЕЦ: „Бизнес икономика“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4

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 дисциплина „Електронен бизнес“ е интердисциплинарен проект, който обединява иновативните достижения на съвременните информационно-комуникационни технологии и тяхното широко приложение и интеграция в бизнеса, но и като предпоставка за появата на нови видове бизнес в интернет среда. Учебното съдържание е развито върху обединяване на концепции, инструменти и подходи от областите на информатиката и информационните технологии, правото, икономиката, търговията, управлението, които демонстрират катализиращата и есенциална роля на модерните електронни технологии за бизнеса и неговото успешно развитие.

Учебната дисциплина запознава студентите със значимостта на дигитализацията, която е от ключово значение и един от основните драйвери на икономическия растеж на страните и регионите, и е в основата на иновативните постижения на съвременния бизнес. Съвременните технологии са двигател за промяна на стопанската среда и създават нови възможности за усъвършенствано постигане на желаните икономически ефекти, подобрените способности за комуникация, управлението и анализа на данни в реално време, изпълнението на бизнес дейности в електронна среда и ефективното взаимодействие с държавното управление. В учебното съдържание в практически план се разглеждат техните предимства и недостатъци, както и популярните технологии за е-бизнес. Предоставят се възможности да се развият умения и знания за оценка, управление и подобряване на оперативните функции на бизнес организациите в условия на цифровизация.

Студентите ще развият своите знания за същността и функционирането на новата икономика, която се задвижва от създаването на иновации и икономическа добавена стойност от масовото разпространение на цифровизацията на всички сфери на обществения и стопански живот. За всеки бизнес електронните технологии се определят като ключов фактор за подобряването на конкурентоспособността и усъвършенствано използване на ресурсите за постигане на желаните икономически и социални ефекти.

Предвидените форми за текущ контрол по „Електронен бизнес“ (практическо задание, литературен обзор, бизнес казус и тестове) ще позволят на студентите да разширят и подобрят своите цифрова, личностна, предприемаческа компетентности.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В ЕЛЕКТРОННИЯ БИЗНЕС		4	4	
1.1.	Дефиниране и значение на е-бизнеса за новата икономика. Характеристики на е-бизнеса			
1.2.	Класификация на продуктите в е-бизнеса			
1.3.	Модели на бизнес в интернет среда (технологични модели в зависимост от участниците)			
ТЕМА 2. ФУНКЦИОНАЛНИ ОБЛАСТИ НА ЕЛЕКТРОННИЯ БИЗНЕС		4	4	
2.1.	Форми на организация на е-бизнес (е-банкиране, е-търговия, е-хазарт, е-обучение, е-трайдинг, и др.)			
2.2.	Източници на приходи в е-бизнеса			
2.3.	Социалните мрежи като инструмент в е-бизнеса. Интернет реклама			
ТЕМА 3. ТЕХНОЛОГИИ ЗА Е-БИЗНЕС		4	2	

3.1.	Интернет и уеб базирани системи			
3.2.	Системи за сигурност и плащане. Защита на данните			
3.3.	Технологии за интегриране на веригата за доставки (EDI, RFID, IoT, GPS, GIS, Cloud, web services)			
ТЕМА 4. УЕБ АНАЛИЗИ ПРИ ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЯ В Е-БИЗНЕСА		2	4	
4.1.	Оценяване на електронен магазин			
4.2.	SEO оптимизация			
4.3.	Основни метрики в електронната търговия			
ТЕМА 5. АРХИТЕКТУРА НА БИЗНЕС-САЙТ		2	2	
5.1.	Общи понятия и елементи			
5.2.	Приложни платформи за създаване на бизнес сайт и електронен магазин			
ТЕМА 6. ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ		6	6	
6.1.	Същност и етапи в развитието на е-търговията			
6.2.	Бизнес модели на електронна търговия			
6.3.	Електронни разплащания в търговията			
6.4.	Доставка и връщане на продукта			
6.5.	Правно регулиране на електронната търговия			
ТЕМА 7. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТИТЕ В Е-БИЗНЕСА		4	4	
7.1.	Привличане на клиенти в електронна среда			
7.2.	Следпродажбено взаимодействие в е-бизнеса (review, feedback)			
7.3.	Стимулиране на клиентската лоялност			
ТЕМА 8. ЕЛЕКТРОННО УПРАВЛЕНИЕ		4	4	
8.1.	Същност и стратегии на електронното правителство			
8.2.	Е-административни услуги за бизнеса и гражданите			
8.3.	Сигурност и престъпления в електронна среда			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Практическо самостоятелно и/или екипно задание	1	20
1.2.	Презентиране на самостоятелно и/или екипно задание	1	10
1.3.	Тест (с отворени, затворени и/или смесени въпроси)	2	20
1.4.	Бизнес казус	1	10
Общо за семестриалното оценяване:		5	60
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест с отворени, затворени и/или смесени въпроси)	1	60
Общо за сесийното оценяване:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		6	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Илиев, П., Кашева-Драганова, М., Сълова, С. (2013). Електронен бизнес. Варна: „Наука и икономика“.
2. Парушева, С., Несторов, К. (2011). Електронен бизнес. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 244 с.
3. Brennan, R., Canning, L., McDowell, R. (2017). Business-to-Business Marketing, SAGE Publ., XIX, 391 p.
4. Laudon, K. C., Traver, Carol Guercio. (2017). E-Commerce 2017, Pearson Education LTD, 911 p.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Върбанов, Р. и др. (2014). Бизнес информатика. Велико Търново: „Фабер“.
2. Върбанов, Р., Шишманов, К. (2014). Новото поколение системи за електронен бизнес и електронни разплащания = New Generation Systems for Electronic Business and Electronic Payments, с. 27 - 48 ; pp. 24 – 43.
3. Гроздева, Д. Христова, Ю. (2023). Основи на търговския бизнес. Варна: УИ „Наука и икономика“.
4. Гроздева, Д. и Стоянов, М. (2021). Завладени от Интернет-на-нещата. // „Търговията – научно знание и бизнес реалност“, Свищов: Академично изд. „Ценов“, с. 220-228.
5. 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.
6. Гълъбова, В. (2021). Електронният маркетплейс като ключов бизнес модел в търговията. // *Научни трудове на УНСС*, (2), ИК – УНСС, с. 265-278.
7. Данчев, Д. (2023). Онлайн търговията в социалните мрежи: глобална перспектива. // *Диалог = Dialogue*, Свищов: Акад. изд. „Ценов“, с. 17-22.
8. Данчев, Д. (2021). Новата „реалност“ в търговския бизнес. Свищов: Акад. изд. „Ценов“, с. 32-41.
9. Димитрова, В. и др. (2021). Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите. Варна: „Наука и икономика“.
10. Ескенази, А. (2002). Бизнес интернет приложения. Варна: Унив. изд. на ИУ.
11. Илиев, П., Кашева-Драганова, М., Сълова, С. (2011). Електронен бизнес. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“.
12. Кръстев, А., Йотов, М. (2022). Онлайн търговия. Състояние, развитие, проблеми. // *Качество и сертификация на продуктите*. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, с. 65-81.
13. Петров, П. (2019). Дигитализация на банковия сектор - използвани технологии в публичните уеб сайтове на банките. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“.
14. Рибов, М. (2021). Новите технологии. Следващото поколение. София: Изд. комплекс УНСС, 2021.
15. Стоянов, М., Гроздева, Д. (2023). Бариери за онлайн покупките. // *Научни трудове на УНСС*, том 2, с. 65-77.
16. Стоянов, М. (2015). Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“.
17. Сълова, С., Банков, Б., Стоянова, М. (2024). Уеб технологии. Варна: УИ „Наука и икономика“.

18. Сълова, Н. (2011). Търговски мениджмънт. Варна: УИ „Наука и икономика“.
19. Сълова, Н. и др. (2014). Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: УИ „Наука и икономика“.
20. Закон за електронния документ и електронните удостоверителни услуги (загл. изм. - дв, бр. 85 от 2017 г.). Обн. ДВ. бр.34 от 6 Април 2001г., и последващи изменения и допълнения.
21. Закон за задълженията и договорите. Обн. ДВ. бр. 275 от 22 Ноември 1950 г., и последващи изменения и допълнения.
22. 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.
23. Закон за предоставяне на цифрово съдържание и цифрови услуги и за продажба на стоки. Обн. ДВ. бр.23 от 19 Март 2021г.
24. Stojanov, M. (2022). Voice Commerce Technology Capabilities. // *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 11(1), pp. 222-228.
25. Stojanov, M. (2022). Q-commerce – the next generation e-commerce. // *Business management*, XXXII, book 1, pp. 17-34.
26. Stojanov, M. (2021). Wireless technologies in the commercial business. // *Trakia Journal of Sciences*, Vol. 19, Suppl. 1, pp. 231-237.
27. Stojanov, M. (2019). Protection against fraud in electronic trade payments. // *Economics 21*, Volume IX, Issue 1, pp. 48-66.
28. Stojanov, M. (2019). Problems and reasons that make shopping over the internet difficult. // *Trakia Journal of Sciences*, Stara Zagora: Trakia University, Vol. 17, Suppl. 1, p. 683-688.

Март 2024 г.

МС/ДГ