

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**  
**С Т О П А Н С К И Ф А К У Л Т Е Т**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“**

---

Приета от ФС (протокол №/ дата):

**УТВЪРЖДАВАМ:**

Приета от КС (протокол №6/ 28.02.2020 г.):

**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“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАБОТЕН ЕЗИК: Български

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>12</b>
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	<b>6</b>
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	<b>6</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>168</b>
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	<b>6</b>
• САМОПОДГОТОВКА	<b>162</b>

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

<b>№ по ред</b>	<b>НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ</b>
	<b>ТЕМА 1. ИНТЕРНЕТ ИКОНОМИКА</b>
1.1	Същност и форми на приложение на Интернет. Интернет ресурси.
1.2	Специфика на Интернет икономиката. Основен четирилоен модел на главните пазарни участници в Интернет икономиката.
	<b>ТЕМА 2. ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС И ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ</b>
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.
	<b>ТЕМА 3. ТРАДИЦИОННА И ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ</b>
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>
4.1	Същност и характеристики на електронния пазар.
4.2	Елементи на пазарната транзакция.
4.3	Основни фази на пазарната транзакция.

	<b>ТЕМА 5. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ПАЗАРНИТЕ УЧАСТНИЦИ В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ</b>
5.1	Типове взаимоотношения между пазарните участници.
5.2	Основни бизнес модели.
	<b>ТЕМА 6. ЕЛЕКТРОННИ ПРОДАЖБИ</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>
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. ЕЛЕКТРОННИ РАЗПЛАЩАНИЯ</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>
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>
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>
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>
12.1	Същност и видове киберпрестъпления.
12.2	Технологични аспекти на киберсигурността.
12.3	Правни аспекти на киберсигурността.

### **III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ<sup>1</sup>**

Профилиращата подготовка на студентите бакалаври по дисциплината „Електронна търговия“ в дистанционната форма на обучение е свързана с използването и осъществяването на подготовка посредством следното образователно съдържание и форми на учебни дейности:

- учебни ресурси:
  - Електронни учебни материали – лекции и упражнения.
  - Мултимедийни презентации, разработени на PowerPoint, запознаващи студентите с основните теоретични постановки в областта на електронната търговия.
  - Файлове (тестове).
  - Файлове с условия на задания за разработване на домашна работа и описание на основните етапи при нейното изготвяне.
- учебни дейности:
  - Провеждане на учебни занятия в присъствени периоди.
  - Разписание за консултации: присъствени и в електронна среда (по електронна поща) със студентите.
  - Форум за несинхронна комуникация по темите и подтемите на дисциплината.

### **IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ**

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Домашна работа	1	40
1.2.	Тест (с отворени, затворени и/или смесени въпроси)	2	48
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>88</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Тест (с отворени, затворени и/или смесени въпроси)	1	80
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>80</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>168</b>

### **V. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Електронна търговия“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

<sup>1</sup> Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

## 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 измерения 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. Особенности 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. Илиев П., М. Кашева, С. Сълова, Електронен бизнес 1 част, Варна: УИ „Наука и икономика“, 2011.
15. Кобелев, О. Електронна коммерсия: Учебное пособие. Москва: „Дашков и К“, 2012.
16. Парушева, С. Електронен бизнес 2 част. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014.
17. Скотт, Д. Новые правила маркетинга и PR: Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. Москва: „Альпина Пабли“, 2013.
18. Стоянов, М. Защита срещу измамите при електронните разплащания в търговията. // Икономика 21: Междууниверситетско списание, Свищов: АИ „Ценов“, № 1, 2019, с. 51-71.

19. 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.
20. 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.
21. 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.
22. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, 2015, 271 с.
23. Стоянов, М. Нарастване значението на електронната търговия в България. // сп. Изв. на Съюза на учените – Варна, 2013, №1, с. 25-33.
24. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България - състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014.
25. Сълова, С. и колектив. Интернет технологии. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2018.
26. 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.
27. 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.
28. Laudon, K., C. Traver. E-Commerce 2017: Business, Technology, Society. 13. ed. - Harlow, England: Pearson Education LTD, 2017.
29. Michael, Ed., J. Shaw. E-Commerce and the Digital Economy. London: Routledge Journals, Taylor & Francis Group, 2015.
30. 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.
31. Schneider, G. Electronic commerce. Cengage Learning, 2010.

02.2020 г.  
ДГ/МС