

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ИНФОРМАТИКА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ИНТЕРНЕТ ПРОДАЖБИ”;

ЗА СПЕЦ: „ Управление на продажбите и мърчандайзинг “; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО; СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 11 за ДНДО;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 8

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)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Снежана Сълова)

2.
(доц. д-р Мария Кехайова)

Ръководител катедра:
„Информатика“ (проф. д-р Владимир Сълов)

I. АНОТАЦИЯ

Целта на дисциплината “Интернет продажби” е да предостави на магистрите знания за методологията, организацията и технологията на продажбите в Интернет като една от проявите на е-бизнес. Основните знания, които ще получат студентите са за:

- същността, особеностите, организационните форми и технологичните модели на електронната търговия;
- системите за електронни разплащания, използвани при продажби в Интернет;
- сигурността и защитата на информацията при осъществяване на продажби в глобалната мрежа;
- основните функционални характеристики, организация и дизайн на е-магазините;
- особености на промоцията и рекламата на електронните магазини и стратегиите за привличане и задържане на посетителите им.

Дисциплината ще формира у студентите умения за организиране и ефективно осъществяване на продажби по Интернет – проектиране на е-магазин, избор на средства за разплащане, изследване рейтинга на е-магазина и SEO средствата за неговото повишаване.

Практическите занятия и самостоятелната работа, която е свързана с изследване на съществуващи системи за Интернет продажби и услугите, предоставяни в глобалната мрежа за реклама, комуникация и оптимизация на сайтове, способстват за развитие на изследователски умения и формират способности за приложение на теоретичните знания. Дисциплината ще формира способности за самообучение и разширяване на знанията и уменията при управление на продажбите и мърчандайзинга.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Електронен бизнес и електронна търговия.		8	7	
1.1.	Влияние на Интернет върху бизнеса. Интернет икономика.	2	1	
1.2.	Електронен бизнес – същност, форми на организация.	2	2	
1.3.	Електронна търговия – същност, характеристики, технологични модели.	2	2	
1.4.	Методика за анализ и оценка на електронни магазини.	2	2	
Тема 2. Плащания в Интернет. Организация и технология на плащанията в Интернет. Обзор на системите за електронно разплащане.		7	8	
2.1.	Организация и технология на разплащанията в Интернет.	2	3	
2.2.	Видове системи за онлайн разплащания.	3	3	
2.3.	Сигурност и защита на електронните разплащания.	2	2	
Тема 3. Планиране и проектиране на онлайн бизнес		7	8	
3.1.	Стратегии за онлайн бизнес.	2	2	
3.2.	Оценка на готовността на фирмата за стартиране на онлайн бизнес.	2	3	
3.3.	Проект за разкриване на електронен магазин.	3	3	

Тема 4. Дизайн и промоция на е-магазин		8	7	
4.1.	Интернет магазин – основни функции.	2	1	
4.2.	Структура и организация на съдържанието на електронен магазин.	2	2	
4.3.	Локализация, персонализация и дизайн.	2	2	
4.4.	Промоция на електронния магазин и стратегии за привличане и задържане на посетители към електронния магазин.	2	2	
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Разработка на самостоятелно задание	1	30
1.2.	Разработка на курсов проект	1	30
Общо за семестриален контрол:		2	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	30
2.2.	Защита на курсов проект	1	30
Общо за сесиен контрол:		2	60
Общо за всички форми на контрол:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

- Илиев, П, М. Кашева и С. Сълова Електронен бизнес. Варна: Изд. “Наука и икономика”, Икономически университет, 2012.
- Сълова, С. Е-бизнес, 1 част. Ръководство за упражнения. Варна: Изд. “Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2011.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

- Абдикеева, Н. Интернет-технологии в економике знаний. Москва: Инфра-М, 2012.
- Върбанов, Р. и др. Новото поколение системи за електронен бизнес и електронни разплащания // Народно стопански архив, 2014, 3, с. 27 – 48.
- 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.
- Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing, England: Pearson, 2015.
- Chaffey, D. Digital Business and E-Commerce Management, England: Pearson; 6 edition, 2014.
- Laudon, K. et. al. E-commerce 2013. Harlow, England: Pearson, 2013.