

КОНСПЕКТ

по дисциплината “Е-бизнес 1 част”

**Магистърска програма
за учебната 2015/2016 г.**

Модул Е-търговия

Тема 1. Теоретико-методически основи на електронния бизнес

- 1.1. Въведение в електронния бизнес
- 1.2. Форми на организация на електронния бизнес
- 1.3. Електронна търговия (e-commerce)

Тема 2. Методология за разплащания в Интернет

- 2.1. Въведение в системите за плащания чрез Интернет
- 2.2. Електронни карти
- 2.3. Терминални устройства
- 2.4. Система за защита
- 2.5. Организация и технология на плащанията в Интернет
- 2.6. Изисквания към електронните плащания

Тема 3. Национални системи за плащания с електронни карти

- 3.1. Система за електронни разплащания с карти по Интернет (ePay.bg) в Република България
- 3.2. Национална система за пощенски парични преводи и платежни услуги "Изипей" (Easypay)
- 3.3. Национална система за плащания от банкомат B-Pay
- 3.4. Система за телефонни плащания ePayVoice
- 3.5. Електронно управление Pay.egov.bg
- 3.6. Система за електронни плащания PayPal
- 3.7. Национална система за електронни плащания eBG.bg
- 3.8. Системи за международни плащания, Maestro и VISA

Тема 4. Планиране и проектиране на онлайн бизнес

- 4.1. Методични въпроси и решения в е-бизнеса
- 4.2. Показатели за оценка на е-обект
- 4.3. Оценка за готовността на фирмата за е-търговия
- 4.4. Задание за проектиране на е-магазин

4.5. Ръководство за проектиране на е-магазин

4.6. Правни аспекти на електронната търговия

Модул Програмно осигуряване на е-бизнеса

Тема 5. Програмно осигуряване на е-бизнеса

5.1. Системи за електронен бизнес.

5.2. Програмно осигуряване на системите за е-търговия

5.3. Уебтехнологии и езици за програмиране за е-търговия

5.4. Приложни платформи за създаване на е-магазини

Тема 6. Техническо осигуряване на системата за е-търговия

6.1. Конфигурация на изчислителната система, сървъри за е-търговия

6.2. Комуникации, мрежи за е-търговия

Модул Е-маркетинг

Тема 7. Въведение в е-маркетинга

7.1. Същност на е-маркетинга

7.2. Специфика на маркетинговия микс в Интернет

7.3. Релационни функции на е-маркетинга

Тема 8. Корпоративният уебсайт като маркетингово средство

8.1. Изграждане на имидж чрез корпоративния уебсайт

8.2. Планиране на уебсайта

8.3. Проектиране на уебсайт

8.4. Промоция на сайта. Стратегии за привличане и задържане на посетителите

Тема 9. Комуникационна политика на фирмата в Интернет

9.1. Рекламата в Интернет

9.2. Измервания в Интернет

9.3. Социалните мрежи – маркетинг и PR инструменти в Интернет

9.4. Блогът – средство за маркетинг

9.5. Имейл маркетинг

9.6. Други форми на е-маркетинг

Основна литература

1. Илиев, П, М. Кашева и С. Сълова Електронен бизнес. изд. “Наука и икономика”, Икономически университет, Варна, 2012 г.
2. Сълова С. Е-бизнес 1 част, ръководство за упражнения, изд. “Наука и икономика”, Икономически университет, Варна, 2011.
3. Сълова С. Софтуер с отворен код за създаване на електронни магазини. Сп. Известия, ИУ - Варна, 2/2011. с. 65-77.

Допълнителна литература

1. Ескенази, А. Бизнес Интернет приложения. Университетско издателство. ИУ - Варна, 2002.
2. Кастелс, М. Възходът на мрежовото общество. Информационната епоха: икономика, общество и култура, Том I, ИК Лик, София, 2004.
3. Коен, Д. Необичайно полезна книга за Web, Софтпрес, София, 2004.
4. Котлър, Ф. Еволюцията на маркетинга - изд. “Класика и Стил” ООД, София, 2003.
5. Къминг Тимоти Малкото „е“ - големият бизнес. Бизнес планиране за интернет търговия – изд. „Класика и Стил“ ООД, София, 2006
6. МакДоналд, М. Създаване на уеб сайт. Липсващото ръководство. Изд. Къща ЗеСТ Прес, София, 2009.
7. Мугаяр, У. Дигитални пазари - София, изд. къща Сиела, 2000 г.
8. Нилсен, Я. Web-дизайн – изд. Софтпрес, 2001.
9. Русев, П. Властта на хората. Новият маркетинг – Е-Академия, Варна, 2011
10. Томс, Ж. и Белогушева, Г. Уеб сайтът. Мисията задължителна. Сиела, София, 2009
11. Трилеван, Ф. Как да създадем своя фирма в Internet Global Consulting Ltd. София, 2000.
12. Успенский И. Енциклопедия Интернет-бизнеса – изд. Питер, Санкт Петербург, 2001.
13. Холмс Д. Стратегии за електронно правителство - изд. “Класика и Стил” ООД, София, 2002.
14. Яковлев А., Чупрун А. Контекстна реклама – Книгоиздателство «Асеновци», 2008
15. Kalakota, R. and Robinson, M. e-Business 2.0: Roadmap for Success. Addison-Wesley, Boston,
16. <http://marketingmix.co.uk/>
17. <http://www.marketingteacher.com/lesson-store/lesson-emarketing-mix.html>
18. <http://www.pro-edukasi.com/wp-content/uploads/E-MARKETING.pdf>
19. <http://www.slideshare.net/SteveRaybould/e-marketing-mix-1757843>
20. <http://www.thinkdirectmarketing.com>
21. <http://www.webdesignexperts.com.au/free-articles>
22. Open source E-commerce platforms reviewed, <http://blog.webdistortion.com/2008/05/03/9-kick-ass-open-source-e-commerce-platforms-reviewed/>, (20.08.2010).
23. www.gemius.com

Практикум

1. Оценка на 3 електронни обекта (сайта) в бранш.
2. Изпълнение на самостоятелни транзакции – електронно разплащане.
3. Проект за разкриване на електронен магазин.

Преподавателски екип

Проф. д-р ик.н Петко Илиев – petkoiliev@ue-varna.bg

Доц. д-р Мария Кашева - m.kasheva@ue-varna.bg

Доц. д-р Снежана Сълова - ssulova@ue-varna.bg

Ас. Борис Банков - boris.bankov@ue-varna.bg

Варна,

Октомври, 2015 г.