

**Факултет:** ФАКУЛТЕТ ПО ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И МЕНИДЖМЪНТ  
**Катедра:** МЕНИДЖМЪНТ В СЪОБЩЕНИЯТА  
**Професионално направление:** 3.7. АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ  
**Специалност:** МЕНИДЖМЪНТ В ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИТЕ И ПОЩИТЕ  
**Образователно-квалификационна степен:** БАКАЛАВЪР

## ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

- 1. Наименование на курса:** УПРАВЛЕНИЕ НА Е-БИЗНЕСА С УСЛУГИ
- 2. Код на курса:** 47.3.6.6.52
- 3. Вид на курса:** факултативен
- 4. Ниво:** бакалавър
- 5. Година на изучаване:** трета
- 6. Семестър:** шести
- 7. Брой кредити:** 3
- 8. Име на лектора:** гл. ас. д-р Димитър Колев
- 9. Резултати от обучението за дисциплината:**

*Целта на курса* е да даде на студентите в систематизиран вид познания и практически умения, необходими за проектиране и предлагане на електронни бизнес решения в областта на услугите. Обучението обхваща основните бизнес модели при електронната търговия, веригата на добавената стойност и основни стратегии за онлайн успех на фирмата. Това е от ключово значение за установяване на основните източници за генериране на печалба при този вид дейност.

Студентите, приключили обучението си, трябва да придобият:

*Основни знания* с методико-приложен характер при професионалната им реализация за управление на услуги в интернет среда.

*Практически умения* за разработване на концепция на уебсайт за електронен бизнес, както и за диагностика и оценка на уеб сайт за електронен бизнес.

*Компетенции:* След приключване на курса студентите, успешно завършили курса, трябва да са усвоили създаването на стратегия за електронен бизнес, изграждане и поддържане на електронна услуга.

### **10. Начин на преподаване:**

Методът на преподаване е в лекционна и дискуссионна форма с използване на мултимедия.

### **11. Предварителни изисквания:**

Студентите следва да имат задълбочени познания в областта на дигиталните технологии, управлението и предприемачеството. От съществено значение са знанията придобити по дисциплините: Дигитални технологии в съобщенията, Конвенционален и дигитален маркетинг, Предприемаческо управление, Организационно и дигитално лидерство.

### **12. Съдържание на курса:**

Бизнес функции на Интернет и Въведение в електронния бизнес. Използване на уеб базирани технологии за реализиране на бизнес. Виртуални пазари. Предимства и рискове при електронния бизнес. Маркетингова дейност и реклама в електронния бизнес. Основни категории пазарни взаимоотношения при електронния бизнес. Групи отношения: бизнес-бизнес (B2B), бизнес-потребители (B2C), потребител-потребител (C2C), търговски отношения по частни компютърни мрежи. Комуникационна политика при електронния бизнес. Електронните магазини като част от електронния бизнес. Архитектура на електронния бизнес. Ресурсна осигуреност на електронния бизнес. Разплащания при електронния бизнес. Технология на разплащанията. Видове разплащания. Създаване на интернет сайт на организацията. Използване на Интернет сайтове за реализиране на електронен бизнес. Управление на ресурсите в електронния бизнес. Методологически инструментариум за управление на ресурсите в електронния бизнес. Конкурентни стратегии при електронен бизнес.

### 13. Библиография:

*Основна литература:*

1. Борисова, П. и др. Електронна търговия, Авангард Прима, София, 2012.
2. Илиев, П. и др. Електронен бизнес. Наука и икономика, Варна, 2011.
3. Краев Л. и др. Електронен бизнес, Фабер, София, 2011.
4. Койчева, Б. и др. Електронна търговия, Мартилен, София, 2014.
5. Молхова, М. Електронен бизнес. Изд. на УНСС, София, 2010.
6. Ненов, А. Как да печелим от Интернет? Ozone.bg, София, 2015
7. Петрова, М. Електронна търговия, Фабер, София, 2015.

*Допълнителна литература:*

1. Кимберман, Т. На първо място в Google 2015, Франчайзинг БГ ЕООД, 2014.
2. Христова, Е. Комуникациите и организацията в 21 век, Рой Комюникейшън, 2012.
3. Brandt, R. One Click: Jeff Bezos and the Rise of Amazon.com, Portfolio, Reprint edition, 2012.
4. Krug, S. Don't make me think, New riders, 2014.

### 14. Методи и критерии на оценяване:

В края на семестъра всеки студент трябва да представи в обобщен вид направените през практическите занятия, изследвания и анализи, като основание за поставената текуща оценка и заверка на семестъра. Отчита се и присъствието, и участието на студента в дискусиите по време на лекциите.

Дисциплината завършва с текуща оценка. За определянето на оценката по дисциплината се използва точкова система, както следва (Таблица 1):

Таблица 1.

Общ брой точки	Оценка
По-малко от 34	2F
35 – 44	2FX
45 – 54	3E
55 – 64	3D
65 – 84	4C
85 – 104	5B
105 – 125	6A

### 15. Език на преподаване: *български*