

РЕЗИЮМЕТА

Публикации и други научно-приложни разработки на гл.ас. д-р Марин Веселинов Гешков представени за участие в конкурса за заемане на академичната длъжност „Доцент“ по професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление (Рекламен мениджмънт, Дигитален бизнес), обнародван в ДВ, бр. 71 от 27 август 2021 г.

ABSTRACTS

Publications and other scientific and applied developments of Asistant. Prof. Dr. Marin Veselinov Geshkov presented for participation in the competition for the academic position of "Associate Professor" in professional field 3.8. "Economics", scientific specialty "Economics and Management (Advertising Management, Digital Business)", published in SG, no. 71 of August 27, 2021

МОНОГРАФИИ

Монография:

ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ - НАТРУПАН ОПИТ, НОВИ РЕШЕНИЯ И БЪДЕЩИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Гешков, М. *Дигиталните технологии - натрупан опит, нови решения и бъдещи предизвикателства*, Издателски комплекс –УНСС, София, 2021, ISBN 978-619-232-505-3

Резюме: С изобретяването на Интернет и появата на персоналните компютри в началото на 70-те години на 20 в. се полагат основите на т.нар. дигитална революция или Трета индустриална революция, която в своята същност представлява преминаване от механична и аналогова електроника към цифрова електроника. С дигиталната революция се поставя началото на Информационната епоха. Цифровизацията бързо набира скорост и преобразуването на аналоговия запис на информация в цифрово въвеждане на данни и тяхното съхранение, разпространение и създаване на добавъчна стойност стават новия стандарт в бизнеса и икономиката. Иновационните технологии се превръщат в катализатор на растежа. Половин век по-късно вече говорим не за дигитализация на икономиката, а за Четвърта индустриална революция, интелигентни решения и преобразуване на обществото от дигитално в умно, обърнато към хората, общество. Настоящата монография се стреми да отговори на тази необходимост. При мултиметоден подход, базиран на преглед на текущата литература, са идентифицирани основните термини, свързани с цифровите технологии в рамките на управлението и в икономическа литература, а именно: цифров бизнес модел, цифрови технологии, цифрова иновация, цифрова трансформация, дигитален маркетинг, дигитална реклама, електронна търговия и цифрово предприемачество, цифрово общество. Чрез анализ на предшестваща литература са изведени общото разбиране и дефиниране на тези термини, както и на техните потенциални взаимовръзки.

Ключови думи: цифровизация, дигитални технологии, Индустрия 4.0, дигитален маркетинг

JEL: L11, D4, L1

Monograph:

DIGITAL TECHNOLOGIES - GAINED EXPERIENCE, NEW SOLUTIONS AND FUTURE CHALLENGES

Geshkov, M. *Digital technologies - gained experience, new solutions and future challenges*, UNWE Publishing House, Sofia, 2021, ISBN 978-619-232-505-3

Abstract: With the invention of the Internet and the advent of personal computers in the early 70s of the 20th century, the foundations of the so-called digital revolution or the Third Industrial Revolution are set, which is essentially a shift from mechanical and analog electronics to digital electronics. The digital revolution marks the beginning of the Information Age. Digitization is rapidly gaining momentum: conversion of analog data recording into digital data entry and storage, and dissemination and value creation become the new standard in business and the economy. Innovative technologies are becoming a catalyst for growth. Half a century later, we are no longer talking about the digitization of the economy, but of the Fourth Industrial Revolution, smart solutions, and the transformation of society from a digital to a smart, people-oriented society. The purpose of this monograph is to meet this challenge. In a multimodal approach based on a review of current literature, the main terms related to digital technologies in management and economic literature are identified, namely: digital business model, digital technologies, digital innovation, digital transformation, digital marketing, digital advertising, e-commerce, and digital entrepreneurship, digital society. Analysis of previous literature provides a general understanding and definition of these terms, as well as their potential relationships.

Keywords: digitalization, digital technologies, Industry 4.0, digital marketing

JEL: L11, D4, L1

Монография:

ЕФЕКТЪТ НА ОГРАНИЧИТЕЛНИТЕ МЕРКИ СРЕЩУ ПРЕКОМЕРНОТО РАЗРАСТВАНЕ НА ГРАДОВЕТЕ

Geshkov, M. *The Effect of Growth Controls on Urban Sprawl*. LAP LAMBERT Academic Publishing. 2011, ISBN-10: 384431977

Резюме: Прекомерното разрастване на градовете е спорен въпрос, включващ различни и противоречиви възгледи по основни фундаментални въпроси като неговото определение, измерване и причини. Приносът на икономистите към тази литература набляга на теоретичния и емпиричен анализ на причините за прекомерното разрастване на градовете. Тази монография включва емпиричен анализ на ефекта от ограничителните мерки върху прекомерното разрастване на градовете, като се основава на проверяеми хипотези, открити

в теоретичната литература. Много емпирични изследвания анализират ефекта от ограничителните мерки върху контрола на цените на жилищата, но нито едно проучване не е изследвало ефекта на ограничителните мерки върху прекомерното разрастване на градовете. Следователно това изследване дава уникален принос към литературата за изследване на прекомерното разрастване на градските райони, като документира ефекта от ограничителните мерки върху пространствения размер на градската зона. Подобно изследване би било полезно за градските специалисти, които се опитват да ограничат прекомерното разрастване. В допълнение, това изследване тества теоретични хипотези за ефекта от ограничителните мерки върху пространствения размер на градските зони. Тези теоретични хипотези не са били емпирично тествани преди това. Като такава, тази монография допълва стойностната литература по градска икономика.

Ключови думи: разрастване на градовете, децентрализация, пренаселеност

JEL: R1, R4, O1

Monograph:

THE EFFECT OF GROWTH CONTROLS ON URBAN SPRAWL

Geshkov, M. *The Effect of Growth Controls on Urban Sprawl*. LAP LAMBERT Academic Publishing. 2011, ISBN-10: 3844319778

Abstract: Urban sprawl is a contentious issue, involving various and conflicting views on such fundamental matters as its definition, measurement, and causes. Economists' contributions to this literature emphasize the theoretical and empirical analysis of the causes of urban sprawl. This monograph follows in that tradition with an empirical analysis of the effect of land-use controls on urban sprawl, drawing on testable hypotheses found in the theoretical literature. Many empirical studies have been performed on the effect of land-use controls on housing prices, but no study has examined their effect on urban sprawl. This study, therefore, makes a unique contribution to the literature on urban sprawl by documenting the effect of land-use controls on the spatial size of the urban area. Such information should be useful to urban planners who are trying to curb sprawl. In addition, this research tests theoretical hypotheses on the effect of land-use controls on the spatial size of urban areas. These theoretical hypotheses have not previously been empirically tested. As such, this monograph adds to the positive literature on urban economics.

Key words: urban sprawl, decentralization, overpopulation

JEL: R1, R4, O1

ДОКЛАДИ

Доклад:

1. ОРГАНИЗАЦИЯ НА РЕКЛАМНИЯ ПРОЦЕС В УСЛОВИЯТА НА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

Гешков, М. Организация на рекламния процес в условията на икономическа криза. В Сборник с доклади на Международната юбилейна научно-практическа конференция на тема: „ЕВРОПЕЙСКИ ПРАКТИКИ И НАЦИОНАЛНИ РЕФЛЕКСИИ В ПЛАНИРАНЕТО”, посветена на 60-годишнината от създаването на катедра „Стратегическо планиране” в Стопанска академия „Д. А. Ценов”. 2015, стр. 223-230, ISBN 978-954-23-1079-2

Резюме: Световната икономическа криза, възникнала в САЩ през 2008 г., постепенно се прехвърля през Атлантика и до началото на 2009 г. засяга силно всички европейски страни. От 2009 г. светът започва да говори за световна икономическа криза. Кризата последователно обхваща всички сектори на икономиката, включително рекламната индустрия. Целта на изследването е да анализира организацията на рекламния процес във време на икономическа криза, като се фокусира върху основните проблеми, пред които е изправена съвременната рекламна агенция и възможните решения на тези проблеми.

Ключови думи: финансова криза, рекламна агенция, предизвикателства, решения

JEL: L11, D4, L1

Папер:

1. ORGANIZATION OF THE ADVERTISING PROCESS IN THE TIME OF ECONOMIC CRISIS

Geshkov, M. Organization of the Advertising Process in the Time of Economic Crisis. In Conference Proceedings of the International Jubilee Scientific and Practical Conference on "EUROPEAN PRACTICES AND NATIONAL REFLECTIONS IN PLANNING", dedicated to the 60th anniversary Department of Strategic Planning at the Academy of Economics "D. A. Tsenov". 2015, pp. 223-230, ISBN 978-954-23-1079-2

Abstract: The World Economic Crisis, originated in the United States in 2008, gradually transferred across the Atlantic and by the beginning of 2009 strongly affected all the European countries. Since 2009, the world started to talk about a World Economic Crisis. The crisis consistently encompassed all sectors of the economy, including the advertising industry. This study sets a goal to bring forward the challenges the modern advertising agency confronts in times of economic crisis by analyzing the advertising process while offering feasible solutions to these problems.

Key words: financial crisis, advertising agency, challenges, solutions

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

2. ВЛИЯНИЕ НА СВЕТОВНАТА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА ВЪРХУ СТРАТЕГИЧЕСКОТО МЕДИЯ ПЛАНИРАНЕ НА ИНДУСТРИАЛНАТА ФИРМА

Гешков, М. Влияние на Световната икономическа криза върху стратегическото медия планиране на индустриалната фирма. В Сборник с доклади на XIII международна научна конференция “Мениджмънт и инженеринг” – 2015. Том. 2, 2015, стр. 1016 - 1025, ISSN 1310-3946

Резюме: През 2008 г. финансовата криза в САЩ се отразява силно върху много от отраслите на икономиката в страната и до началото на 2009 г. се превръща в глобална икономическа криза, като съществено засяга всички европейски страни. Целта на този доклад е да анализира ефекта от световната икономическа криза върху стратегическото медийно планиране на индустриалната фирма. Анализира се ефектът от световната икономическа криза върху няколко аспекта на стратегическото медийно планиране като медии, стратегия за планиране, обхват на рекламата, честота на рекламата и продължителност на рекламната кампания. Обсъжда се и изборът на рекламни медии по време на икономическата криза. Докладът е организиран в следните раздели: Раздел 1 – Въведение, Раздел 2 – Кратко описание на основните медийни канали и основните медийни стратегии, Раздел 3 – Анализ на ефекта от световната икономическа криза върху стратегическото медийно планиране, Раздел 4 – Заключение.

Ключови думи: финансова криза, стратегическо медийно планиране, честота

JEL: L11, D4, L1

Paper:

2. THE IMPACT OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON THE STRATEGIC MEDIA PLANNING OF THE INDUSTRIAL COMPANY

Geshkov, M. The Impact of the Global Economic Crisis on the Strategic Media Planning of the Industrial Company. In Conference Proceedings of the XIII International Scientific Conference "Management and Engineering" – 2015. Vol. 2, 2015, pp. 1016-1025, ISSN 1310-3946

Abstract: In 2008, the financial crisis in the United States had strongly affected many sectors of the American economy, and by early 2009 it was turning into a global economic crisis, significantly affecting all European countries. The objective of this paper is an analysis of the effect of the World Economic Crisis on the strategic media planning of the industrial firm. We analyze the impact of the World Economic Crisis on several aspects of strategic media planning, such as media, planning strategy, the scope of advertising, frequency of advertising, and length of the advertising campaign. We also discuss the selection of advertising media during the economic crisis. The paper is organized as follows: Section 1 - Introduction, Section 2 – A brief description of the primary media channels and the main media strategies, Section 3 – An Analysis of the effect of the World Economic Crisis on the strategic media planning, Section 4 – Conclusion.

Key words: financial crisis, strategic media planning, frequency

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

3. ВЛИЯНИЕ НА СВЕТОВНАТА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА ВЪРХУ ОРГАНИЗАЦИЯТА НА РЕКЛАМНИЯ ПРОЦЕС

Гешков, М. Влияние на Световната икономическа криза върху организацията на рекламния процес. В Сборник с доклади на международна научна конференция към ХТМУ - София "Посткризисно управление в бизнеса". 2015, стр. 415-422, ISBN 978-954-2946-19-8

Резюме: Целта на този доклад е да направи сравнителен анализ на влиянието на световната икономическа криза върху организацията на рекламния процес. За целите на този анализ са разгледани предизвикателствата, пред които е изправена организацията на рекламния процес по време на икономическа криза. Обсъдени са и възможните мерки и решения, които съвременната рекламна агенция трябва да предприеме, за да бъде успешна по време на икономическа криза.

Ключови думи: финансова криза, рекламна агенция, рекламен процес

JEL: L11, D4, L1

Paper:

3. THE IMPACT OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON THE ORGANIZATION OF THE ADVERTISING PROCESS

Geshkov, M. The Impact of the Global Economic Crisis on the Organization of the Advertising Process. In Conference Proceedings of the International Scientific Conference at UCTM - Sofia "Post-crisis Management in Business". 2015, pp. 415-422, ISBN 978 -954-2946-19-8

Abstract: The objective of this paper is a comparative analysis of the impact of the World Economic Crisis on the organization of the advertising process. For the purpose of our analysis, we review the challenges that the organization of the advertising process faces during an economic crisis. We also discuss the possible measures and solutions that modern advertising agencies must undertake in order to be successful during an economic crisis.

Keywords: financial crisis, advertising agency, advertising process

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

4. РЕКЛАМНА СТРАТЕГИЯ НА ИНДУСТРИАЛНАТА ФИРМА В УСЛОВИЯТА НА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

Гешков, М. Рекламна стратегия на индустриалната фирма в условията на икономическа криза. В Сборник с доклади на XIV международна научна конференция "Мениджмънт и инженеринг" – 2016. Том. 1, 2016, стр. 361-365, ISSN 1314-6327

Абстракт: През 2008 г. икономиката на Съединените щати изпитва сериозни проблеми, които в началото на 2009 г. се разрастват в световна икономическа криза и икономиките на всички европейски страни се оказват силно засегнати. Целта на този доклад е да анализира ефекта от световната икономическа криза върху рекламната стратегия на индустриалната фирма. Анализиран е ефектът на Световната икономическа криза върху няколко аспекта на рекламната стратегия, а именно: пазарни и рекламни проучвания, реклама и промоция. Докладът е организиран в следните раздели: Раздел 1 – Въведение, Раздел 2 – Кратко описание на основните компоненти на рекламната стратегия, Раздел 3 – Анализ на ефекта от световната икономическа криза върху стратегическото медийно планиране, Раздел 4 – Заключение.

Ключови думи: финансова криза, рекламна стратегия, промоция

JEL: L11, D4, L1

Paper:

4. ADVERTISING STRATEGY OF THE INDUSTRIAL COMPANY IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC CRISIS

Geshkov, M. Advertising strategy of the Industrial Company in the Conditions of Economic Crisis. In Conference Proceedings of the XIV International Scientific Conference “Management and Engineering” – 2016. Vol. 1, 2016, pp. 361-365, ISSN 1314-6327

Abstract: In 2008, the United States economy experienced severe problems, which in early 2009 escalated into a global economic crisis, and the economies of all European countries were severely affected. The objective of this paper is an analysis of the effect of the World Economic Crisis on the advertising strategy of the industrial firm. We analyze the impact of the World Economic Crisis on several aspects of advertising strategy, namely: market and advertising research, advertisement, and promotion. Our paper organizes in the following sections: Section 1 - Introduction, Section 2 – A brief description of the main components of advertising strategy, Section 3 – An Analysis of the effect of the World Economic Crisis on strategic media planning, Section 4 – Conclusion.

Keywords: financial crisis, advertising strategy, promotion

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

5. ВЛИЯНИЕ НА СВЕТОВНАТА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА ВЪРХУ ОРГАНИЗАЦИОННАТА СТРУКТУРА НА ИНДУСТРИАЛНАТА ФИРМА

Гешков, М. Влияние на световната икономическа криза върху организационната структура на индустриалната фирма. В Сборник с доклади на международната научна конференция “Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания”. Том 3, 2016, стр. 282-290, ISBN 978-954-23-1187-4

Резюме: Целта на този доклад е да предостави сравнителен анализ на въздействието на световната икономическа криза върху организационната структура на индустриалната фирма. За целите на този анализ се разглеждат предизвикателствата, пред които е изправена индустриалната фирма при избора на най-удачна организационна структура, подходяща за нормално функциониране на фирмата в условията на икономическа криза. Разглеждат се различни видове организационни структури, като акцентът се поставя върху процеса на избиране на подходяща организационна структура във време на икономическа криза.

Ключови думи: икономическа криза, организационна структура, предизвикателства

JEL: L11, D4, L1

Paper:

5. INFLUENCE OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE INDUSTRIAL COMPANY

Geshkov, M. Influence of the Global Economic Crisis on the Organizational Structure of the Industrial Company. In Conference Proceedings of the International Scientific Conference "Economic Well-being through Knowledge Sharing". Vol. 3, 2016, pp. 282-290, ISBN 978-954-23-1187-4

Abstract: The purpose of this paper is to provide a comparative analysis of the ways the global economic crisis affects the organizational structure of the industrial company. We discuss the challenges facing the organizational structure of the industrial company and impacting its normal functioning. Different organizational structures are considered an appropriate option to choose among in times of economic crisis.

Key words: economic crisis, organizational structure, challenges

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

6. РОЛЯТА НА РЕКЛАМАТА И ПРОМОЦИЯТА В УСЛОВИЯТА НА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

Гешков, М. Ролята на рекламата и промоцията в условията на икономическа криза. В Сборник с доклади на научен форум към Бизнес факултет – УНСС, София, „Бизнесът в 21 век/ тенденции и предизвикателства”. Том. 1, 2017, стр. 520-526, ISBN 978-954-644-937-5

Резюме: Целта на този доклад е да предостави сравнителен анализ на влиянието на световната икономическа криза върху организацията на рекламния процес. За целите на анализа са представени предизвикателствата пред организацията на рекламния процес по време на икономическа криза. Анализирани са ролята на рекламата и промоцията по време на криза, като са обсъдени възможните мерки и решения, които една съвременна рекламна агенция трябва да предприеме, за да бъде успешна по време на икономическа криза.

Ключови думи: икономическа криза, реклама, предизвикателства

JEL: L11, D4, L1

Paper:

6. THE ROLE OF ADVERTISING AND PROMOTION IN THE ECONOMIC CRISIS

Geshkov, M. The Role of Advertising and Promotion in the Economic Crisis. In Conference Proceedings of a Scientific Forum at the Faculty of Business - UNWE, Sofia, "Business in the 21st century / trends and challenges". Vol. 1, 2017, pp. 520-526, ISBN 978-954-644-937-5

Abstract: The purpose of this paper is to provide a comparative analysis of the impact of the global economic crisis on the organization of the advertising process. For the purposes of our analysis, we consider the challenges the organization of the advertising process faces during the economic crisis. We also discuss the possible measures and decisions that a modern advertising agency should take in order to be successful during an economic crisis. We also analyze the role of advertising and promotion during the economic crisis.

Key words: economic crisis, adrevertizing, challenges

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

7. МОТИВАЦИЯ НА ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯТА НА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

Гешков, М. Мотивация на персонала в условията на икономическа криза. В Сборник с доклади на XV международна научна конференция "Мениджмънт и инженеринг" – 2017. Том. 1, 2017, стр. 191-196, ISSN 1314-6327

Резюме: Икономиките на всички европейски страни още в началото на 2009 г. започват да изпитват въздействието на икономическата криза, започнала в САЩ в средата на 2008 г. и постепенно прераснала в световна криза. Целта на този доклад е да анализира ефекта от световната икономическа криза върху мотивационната стратегия на индустриалната фирма и да посочи начини за смекчаване на негативните ефекти върху личната ангажираност на персонала с целите и инициативите на фирмата. Докладът е организирана в следните раздели: Раздел 1 -Въведение, Раздел 2 – Кратко описание на основните мотивационни теории, Раздел 3 –Анализ на ефекта от световната икономическа криза върху мотивацията на персонала в индустриалната фирма, Раздел 4 – Заключение.

Ключови думи: лична мотивация, икономическа криза, вземане на решения.

JEL: J24, J53, J62

Paper:

7. PERSONNEL MOTIVATION IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC CRISIS

Geshkov, M. Personnel Motivation in the Conditions of Economic Crisis. In Conference Proceedings of the XV International Scientific Conference “Management and Engineering” – 2017. Vol. 1, 2017, pp. 191-196, ISSN 1314-6327

Abstract: The economies of all European countries as late as early 2009 started experiencing the impact of the economic crisis, which originated in the United States in mid-2008 and gradually grew into a global crisis. This paper aims to assess the effect of the global economic crisis on the motivational strategy of the industrial company and identify ways to mitigate the repercussions on personnel commitment to the goals and initiatives of the company. The article is structured as follows: Section 1 - Introduction, Section 2 - Brief description of the main motivational theories, Section 3 - Analysis of the effect of the global economic crisis on staff motivation in the industrial company, Section 4 - Conclusion.

Keywords: personal motivation, economic crisis, decision making.

JEL: J24, J53, J62

Доклад:

8. ОЦЕНЯВАНЕ НА ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯТА НА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

Гешков, М. Оценяване на персонала в условията на икономическа криза. В Сборник с доклади на научна конференция „Регионална икономика и устойчиво развитие” към Научноизследователски институт, ИУ Варна – 2017. Том 2, стр.561-568, ISBN 978-954-21-0957-0

Абстракт: Икономическа криза, която се заражда в Съединените щати през 2008 г., до началото на 2009 г. се превръща в глобална и под нейния негативен ефект попадат икономиките на всички европейски страни. Целта на този доклад е да анализира последиците от световната криза върху оценката на персонала в индустриална фирма и да се посочат начини за смекчаване на отрицателните последствия върху управлението на персонала в период на икономическа криза.

Ключови думи: оценка на персонала, икономическа криза, вземане на решения

JEL: J24, J53, J62

Paper:

8. PERSONNEL EVALUATION DURING ECONOMIC CRISIS

Geshkov, M. Personnel Evaluation During Economic Crisis. In Conference Proceedings of the Scientific Conference “Regional Economy and Sustainable Development” at the Research Institute, University of Economics Varna-2017, volume 2, p.561- 568, ISBN 978-954-21-0957-0

Abstract: The economic crisis that erupted in the United States in 2008 became global by early 2009, extensively upsetting the economies of all European countries. This paper attempts to analyze the effects of the global crisis on the evaluation of personnel in an industrial company and identify ways to mitigate the ramifications of the economic crisis on personnel management.

Keywords: evaluation of the personnel, economic crisis, decision making

JEL: J24, J53, J62

Доклад:

9. ПРИЛОЖЕНИЕ НА СЪВРЕМЕННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМАТА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА РЕСУРСИТЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

Geshkov, M. Application of Contemporary Technologies in Enterprise Resource Management System. In Conference Proceedings of the 2nd International Scientific Conference on Innovative Marketing-ISCOIM, “Communication and Digital Marketing Management” – Durres, Albania, pp. 92-96, ISBN: 978-9928-208-53-8

Абстракт: Според системния подход съвременното предприятие може да се представи като система с вход и изход. На входа имаме входящи ресурси като капитал, труд и материали, а на изхода имаме крайна продукция. Производственият процес, преобразуващ факторите за производство в крайна продукция, се извършва в рамките на предприятието. От решаващо значение за предприятието е да минимизира разходите и съответно да максимизира печалбите. Това ще изисква оптимално разпределение на входящите ресурси в производствения процес. За да оптимизира потреблението на ресурси, съвременното предприятие използва съвременни цифрови системи за управление на ресурсите. Основната цел на този доклад е да анализира приложението на съвременните цифрови технологии в системата за управление на ресурсите на предприятието. Докладът е организирана по следния начин: Глава I - Въведение, Глава II - Съвременни тенденции в цифровите технологии, Глава III - Приложение на съвременните цифрови технологии в системата за управление на корпоративните ресурси, Глава IV - Заключение.

Ключови думи: система за управление на ресурсите, предприятие, оптимизация, цифрови технологии

JEL: M11, M15, M13

Paper:

9. APPLICATION OF CONTEMPORARY TECHNOLOGIES IN ENTERPRISE RESOURCE MANAGEMENT SYSTEM

Geshkov, M. Application of Contemporary Technologies in Enterprise Resource Management System. In Conference Proceedings of the 2nd International Scientific Conference on Innovative Marketing-ISCOIM, “Communication and Digital Marketing Management” – Durres, Albania, pp. 92-96, ISBN: 978-9928-208-53-8

Abstract: According to the system approach, the modern enterprise is an entry and exit system. At the entrance, we have incoming resources such as capital, labor, and materials, and at the exit, we have final production. The production process transforming inputs into final output takes place within the enterprise. Minimizing costs and respectively maximizing profits is of crucial importance for the enterprise. This endeavor requires optimal allocation of incoming resources into the production process. Modern enterprise uses digital systems for resource management to optimize resource consumption. This paper intends to analyze the contemporary digital technologies application in enterprise resource management systems. It organizes as follows: Chapter I - Introduction, Chapter II - Modern Tendencies in Digital Technologies, Chapter III - Application of Modern Digital Technologies in Enterprise Resource Management System, Chapter IV - Conclusion.

Keywords: resource management system, enterprise, optimization, digital technologies

JEL: M11, M15, M13

Доклад:

10. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД НАСЕЛЕНИЕТО И БИЗНЕСА, ПОРОДЕНИ ОТ ПРЕКОМЕРНОТО РАЗРАСТВАНЕ НА ГОЛЕМИТЕ БЪЛГАРСКИ ГРАДОВЕ В СОЦИАЛЕН, ИКОНОМИЧЕСКИ И ГЛОБАЛЕН АСПЕКТ

Гешков, М. Предизвикателства пред населението и бизнеса, породени от прекомерното разрастване на големите български градове в социален, икономически и глобален аспект. В Сборник с доклади на XVI Международна научна конференция “Мениджмънт и инженеринг” – 2018. Том. 2, 2018, стр. 440-447, ISSN 1314-6327

Резюме: Явлението "прекомерно разрастване на градовете" е сериозно предизвикателство пред големите градове в глобален мащаб. През последните десет години (в периода 2000 - 2010), българските градове изпитаха трудности, които са непосредствен резултат от това явление. За този период в столицата на България – София, бяха построени няколко изцяло нови квартали, с което радиусът на града излезе извън пределните граници, а населението на столицата достигна близо 2 милиона души. Какви са предизвикателствата пред населението и бизнеса, породени от прекомерното разрастване на големите български градове в социален, икономически и глобален аспект? Какви мерки предприемат големите български градове, за да се справят с новите регионални предизвикателства? Докладът е организиран в следните части: 1. Въведение, 2. Причини за прекомерното разрастване на градовете, 3. Социални и регионални предизвикателства пред населението и бизнеса, породени от прекомерното разрастване на градовете в България, 4. Заключение

Ключови думи: градски транспорт, трафик, бизнес среда

JEL: R1, R4, O1

Paper:

10. CHALLENGES TO THE POPULATION AND BUSINESS CAUSED BY THE EXCESSIVE GROWTH OF MAJOR BULGARIAN CITIES IN SOCIAL, ECONOMIC AND GLOBAL ASPECTS

Geshkov, M. Challenges to the Population and Business Caused by the Excessive Growth of Major Bulgarian Cities in Social, Economic and Global Aspects. In Conference Proceedings of the XVI International Scientific Conference "Management and Engineering" - 2018, vol. 2, 2018, pp. 440-447, ISSN 1314-6327

Abstract: The "urban sprawl" is a phenomenon with a considerable impact on big cities globally. In the last ten years (2000-2010), Bulgarian cities have experienced difficulties, which are immediate results of this phenomenon. During this period in the capital of Bulgaria - Sofia, several whole new neighborhoods were built, which brought the radius of the city beyond the limits, and its population reached nearly 2 million people. What are the challenges before the citizens and businesses caused by the excessive growth of the big Bulgarian cities in social, economic, and global aspects? What measures do the big Bulgarian cities undertake to deal with the new urban challenges? The report organizes in the following parts: 1. Introduction, 2. Reasons for the excessive growth of cities, 3. Social and regional challenges for the population and business caused by the excessive growth of cities in Bulgaria, 4. Conclusion

Key words: public transport, traffic, business environment

JEL: R1, R4, O1

Доклад:

11. КАРИЕРНО РАЗВИТИЕ НА ПЕРСОНАЛА ПО ВРЕМЕ НА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

Гешков, М. Кариерно развитие на персонала по време на икономическа криза. В Сборник с доклади на Юбилейна научно приложна конференция "Предизвикателства пред индустриалния растеж в България" – по случай 70 години катедра „Индустриален бизнес”, УНСС – 2018. Том. 1, 2018, стр. 245-250, ISSN 978-619-7009-12-5

Резюме: Световната икономическа криза се заражда в САЩ през 2008 г. Няколко месеца по-късно, в началото на 2009 г., всички европейски страни са сериозно засегнати от кризата. Целта на този доклад е да анализира ефекта от световната икономическа криза върху кариерното развитие на персонала в индустриалната фирма и да се посочат начини за смекчаване на отрицателните ефекти върху израстването на персонала по време на икономическа криза. Докладът е организиран по следния начин: Глава 1 - Въведение, Глава 2 – Кариерно развитие на персонала, Глава 3 - Ефектът на икономическата криза върху кариерното развитие, Глава 4 - Заключение.

Ключови думи: кариерно развитие, икономическа криза, вземане на решения

JEL: J24, J53, J62

Paper:

11. CAREER DEVELOPMENT OF PERSONNEL DURING ECONOMIC CRISIS

Geshkov, M. Career Development of Personnel during Economic Crisis. In Conference Proceedings of the Jubilee Scientific Conference "Challenges to Industrial Growth in Bulgaria" - on the occasion of 70 years of the Department of Industrial Business - UNWE - 2018 , volume. 1, 2018, pp. 245-250, ISSN 978-619-7009-12-5

Abstract: The global economic crisis erupted in the United States in 2008. A few months later, in early 2009, all European countries were severely affected by the crisis.

This report analyzes how the global economic crisis affects the career development of staff in an industrial company. It attempts to identify ways to mitigate the adverse effects on staff growth during the crisis. The report is structured as follows: Chapter 1 - Introduction, Chapter 2 - Career development of staff, Chapter 3 - The effect of the economic crisis on career development, Chapter 4 - Conclusion.

Keywords: career development, economic crisis, decision making

JEL: J24, J53, J62

Доклад:

12. ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ В УСЛОВИЯТА НА СВЕТОВНА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА. ЕМПИРИЧЕН АНАЛИЗ

Гешков, М. Икономиката на България в условията на световна икономическа криза. Емпиричен анализ. В Сборник с доклади на Международна научно-практическа конференция "Индустиален бизнес и предприемачество - иновации в науката и практиката", посветена на 70 години от създаването на специалност „Индустиален бизнес и предприемачество” в Икономически университет - Варна”. Наука и икономика, Икономически университет - Варна, 2018, том. 1, стр. 304-314, ISSN 978-954-21-0982-2

Резюме: През 2008 г. икономиката на САЩ изпада в криза, която бързо се разраства и преминава в световна криза, и в началото на 2009 г. засяга всички европейски страни, включително и предприятията в България. Отрицателното въздействие на Световната криза върху производството и респективно върху продажбите на голям брой български фирми е причина за сериозното намаляване на техния обем. Това води до съкращения на материалните, капиталовите и човешките ресурси. Предпоставките за икономически растеж на българските предприятия в условията на икономическа криза са силно ограничени. Целта на това изследване е да се направи емпирична оценка на състоянието на българската икономика на макро равнище в периода на икономическата криза след 2009 г. и да се отговори на въпроса до каква степен икономическата криза засегна българската икономика. Разгледана е динамиката на определени макроикономическите показатели като изменение на БВП на глава от населението, изменение на процента на безработицата, изменение на процента на инфлацията и други, и на базата на тези показатели са направени изводи и обобщения за състоянието на българската икономика. Докладът е организиран както следва: 1. Въведение, 2. Канали на пренос на отрицателните ефекти на световната икономическа

криза, 3. Влияние на световната икономическа криза върху българската икономика. Емпиричен анализ, 4. Заключение.

Ключови думи: производство, потребление, безработица, канали на пренос

JEL: J6, D21, L2

Paper:

12. THE ECONOMY OF BULGARIA IN THE CONDITIONS OF WORLD ECONOMIC CRISIS. EMPIRICAL ANALYSIS

Geshkov, M. The Economy of Bulgaria in the Conditions of World Economic Crisis. Empirical Analysis. In Conference Proceedings of the International Scientific-practical Conference “Industrial Business and Entrepreneurship - Innovations in Science and Practice”, dedicated to the 70th anniversary of the major “Industrial Business and Entrepreneurship” at the University of Economics - Varna”. Science and Economics, University of Economics – Varna, 2018, vol. 1, 2018, pp. 304-314, ISSN 978-954-21-0982-2

Abstract: In 2008, the US economy fell into a crisis that grew rapidly and turned into a global crisis, and in early 2009 affected all European countries, including companies in Bulgaria. The negative impact of the global crisis on the production and respectively on the sales of a large number of Bulgarian companies is the reason for the serious reduction of their volume. This leads to cuts in material, capital, and human resources. The preconditions for economic growth of Bulgarian enterprises in the conditions of crisis are very limited. The aim of this study is to make an empirical assessment of the state of the Bulgarian economy at the macro level in the period of the economic crisis after 2009 and to answer the question to what extent the economic crisis has affected the Bulgarian economy. It examines and evaluates the dynamics of particular macroeconomic indicators such as changes in GDP per capita, the unemployment rate, the inflation rate, and other qualitative and quantitative indices. On the basis of these indicators, conclusions and summaries of the condition of the Bulgarian economy are made. The report is organized as follows: 1. Introduction, 2. Channels of transmission of the negative effects of the global economic crisis, 3. Impact of the global economic crisis on the Bulgarian economy. Empirical analysis, 4. Conclusion.

Keywords: production, consumption, unemployment, transmission channels

JEL: J6, D21, L2

Доклад:

13. ПРИЛОЖЕНИЕ НА УЕБ 2.0 В ЕЛЕКТРОННИЯ МАРКЕТИНГ

Гешков, М. Приложение на уеб 2.0 в електронния маркетинг. В Сборник с доклади на XVII Международна научна конференция “Мениджмънт и инженеринг”. Том. 2, 2019, стр. 479-486, ISSN 1314-6327

Резюме: Маркетинговите дейности са от особено значение за бизнеса на едно предприятие. Днес е невъзможно да се реализират успешни продажби без добър маркетинг. През последните години обаче силно влияние имаше друг вид маркетинг, а именно електронният маркетинг. В днешно време е абсолютно немислимо да се развива успешен бизнес, без да се използват предимствата на електронния маркетинг. Едва ли има успешна компания, която да не използва електронен маркетинг и в частност електронна търговия. Как електронният маркетинг използва развитието на съвременни технологии за реализиране на рекламни и промоционални дейности на компанията? Изследването се опитва да отговори на този въпрос. Докладът е организиран в следните раздели: Раздел 1 – Въведение, Раздел 2 – Кратко описание на основните характеристики на Web 2.0, Раздел 3 – Анализ на основните характеристики на приложението Web 2.0 в електронния маркетинг, Раздел 4 – Заключение.

Ключови думи: Web 2.0, приложения, е-маркетинг

JEL: L11, D4, L1

Paper:

13. APPLICATION OF WEB 2.0 IN E-MARKETING

Geshkov, M. Application of Web 2.0 in E-marketing. In Conference Proceedings of the XVII International Scientific Conference "Management and Engineering". Vol. 2, 2019, pp. 479-486, ISSN 1314-6327

Abstract. Marketing activities are essential for the business of an enterprise. Today, it is impossible to make successful sales without good marketing. In recent years, however, a different type of marketing, e-marketing to be precise, is gaining strength. Nowadays, it is unthinkable to grow a successful business without taking advantage of e-marketing. There is hardly a successful company that does not use e-marketing and e-commerce, in particular. How does e-marketing use the development of modern technologies to implement advertising and promotional activities of the company? The study tries to answer this question. The following sections organize this report: Section 1 - Introduction, Section 2 - Brief description of the main features of Web 2.0, Section 3 - Analysis of the main features of the Web 2.0 application in e-marketing, Section 4 - Conclusion.

Keywords: Web 2.0, applications, e-marketing

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

14. ВЛИЯНИЕ НА СВЕТОВНАТА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

Гешков, М. Влияние на световната икономическа криза върху развитието на електронната търговия. В Сборник с доклади на Международна научна конференция "Съвременни парадигми в управлението в контекста на непрекъснатата промяна" - 2019, стр. 257-261, ISBN 987-954-2940-22-7

Резюме: Световната икономическа криза, обхванала с бързи темпове Съединените щати през 2008 г., скоростно се разпространява в целия свят и в началото на 2009 г. съществено засяга икономиките на всички европейски страни. Целта на този доклад е да анализира въздействието на Световната икономическа криза върху развитието на електронната търговия и да очертае отрицателните и положителните страни на трансформацията от традиционен към електронен маркетинг в период на икономическата криза.

Ключови думи: електронна търговия, икономическа криза, електронен маркетинг

JEL: L11, D4, L1

Paper:

14. THE IMPACT OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON THE DEVELOPMENT

Geshkov, M. The Impact of the Global Economic Crisis on the Development of E-commerce. In Conference Proceedings of the International Scientific Conference "Modern Paradigms in Governance in the Context of Continuous Change" - 2019, pp. 257-261, ISBN 987-954-2940-22-7

Abstract: The global economic crisis, which hit the United States rapidly in 2008, spread swiftly around the world and in early 2009 severely affected the economies of all European countries. This report aims to analyze the impact of the global economic crisis on the development of e-commerce and outline the pros and cons of the transformation from traditional to e-marketing during the crisis.

Keywords: e-commerce, economic crisis, e-marketing

JEL: L11, D4, L1

Доклад:

15. ПРИЛОЖЕНИЕ НА ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИАЛНИТЕ И ФИРМЕНИТЕ ВЕРИГИ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА СТОЙНОСТ

Гешков, М. Приложение на дигиталните технологии в индустриалните и фирмените вериги за създаване на стойност. В Сборник с доклади на Юбилейна международна научна конференция "Икономическа наука, образование и реална икономика: развитие и взаимодействия в дигиталната епоха", посветена на 100-годишнина от създаването на Икономически университет- Варна, 2020. Том 1, стр. 226-231, ISBN 978-954-21-1037-8

Резюме: Съвременното предприятие е система с вход и изход според системния подход, чиито входни ресурси са капитал, труд и материали, а на изхода е крайният продукт. Производството трансформира суровините в крайна продукция и този процес на трансформиране представлява фирмена верига за създаване на стойност. За да се постигне тази трансформация с минимални разходи и максимални печалби, производството изисква оптимално разпределение на вложените средства в производствения процес и прецизен контрол и управление на качеството на продукта. Как съвременните цифрови технологии се

прилагат към процеса на контрол и управление на веригата за създаване на стойност на предприятието? Целта на този доклад е да се отговори на този въпрос. Докладът е организиран както следва: Въведение, Глава I – Верига за създаване на стойност на предприятията и индустрията, Глава II – Прилагане на съвременните цифрови технологии във веригата за създаване на стойност на предприятията и индустрията, Заключение.

Ключови думи: системи за управление на качеството, предприятие, оптимизация, цифрови технологии

JEL: M11, M15, M13

Paper:

15. APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN INDUSTRIAL AND CORPORATE VALUE CHAINS

Geshkov, M. Application of Digital Technologies in Industrial and Corporate Value Chains. In Conference Proceedings of the Jubilee International Scientific Conference ECONOMIC SCIENCE, EDUCATION AND THE REAL ECONOMY: DEVELOPMENT AND AND INTERACTIONS IN THE DIGITAL AGE, dedicated to the 100th anniversary of the University of Economics – Varna, 2020. Vol. 1, pp. 226-231, ISBN 978-954-21-1037-8

Abstract: According to the systematic approach, the modern enterprise is a system with input and output. The input resources are capital, labor, and materials, while the output resources are the final products. Production transforms raw materials into products. This process of transformation is the company value chain. Production requires optimal distribution of funds invested in the production process and precise control and management of product quality to achieve minimum costs and maximum profits. The purpose of this report is to answer the question: How do digital technologies relate to the control and management of the value chain of the enterprise. The structure of this report is as follows: Introduction, Chapter I - Value chain of enterprises and industry, Chapter II - Application of modern digital technologies in the value chain of enterprises and industry, Conclusion.

Keywords: quality management systems, enterprise, optimization, digital technologies

JEL: M11, M15, M13

СТАТИИ

Статия:

16. РАЗРАСТВАНЕ НА ГРАДОВЕТЕ В ИЗТОЧНА ЕВРОПА. ПРИМЕРЪТ НА СОФИЯ ГРАД

Geshkov, M. Urban Sprawl in Eastern Europe. The Sofia City Example. *Journal of Economic Alternatives*. UNWE Publishing Complex - Sofia, Bulgaria. 2015, issue 2, pp. 101-116, ISSN 1312 – 1462

Резюме: Прекомерното разрастване на градовете се дефинира като неконтролно превръщане на селска земя в градска или като прекалено увеличаване на града над оптималния му размер. Прекомерното разрастване на градовете се превръща в гореща тема първо в Съединените щати, където проблемът с ниската плътност на града възниква в края на 70-те и началото на 80-те години. В Европа разрастването на градовете не беше проблем до съвсем скоро, което се дължи най-вече на структурата на европейските градове, които традиционно са много по-концентрирани и гъсто населени за разлика от градовете в САЩ. Днес обаче можем да наблюдаваме проявления на прекомерното разрастване на европейските градове, които показват например прекомерна децентрализация, задръствания по пътищата, липса на открито пространство, пренаселеност и др. Целта на нашето изследване е да проучим дали има признаци на прекомерно разрастване на градовете в Източна Европа, анализирайки данните за столицата на България - София. Статията е организирана по следния начин: Раздел 1 – Въведение, Раздел 2 – Преглед на теорията за оптималния размер на града, Раздел 3 – Данни и емпирични изследвания и Раздел 4- Заключение.

Ключови думи: разрастване на градовете, децентрализация, пренаселеност

JEL: R1, R4,

16. URBAN SPRAWL IN EASTERN EUROPE. THE SOFIA CITY EXAMPLE

Geshkov, M. Urban Sprawl in Eastern Europe. The Sofia City Example. *Journal of Economic Alternatives*. UNWE Publishing Complex - Sofia, Bulgaria. 2015, issue 2, pp. 101-116, ISSN 1312 – 1462

Abstract: The urban sprawl has been defined as an excessive conversion of rural land into urban land, or excessive increase of the city beyond the optimal city size. Urban sprawl became a hot topic firstly in United States where the problem of low-density city emerged in the late 70's and early 80's. In Europe urban sprawl wasn't an issue until very recently due mostly to the structure of the European cities, which traditionally are much more concentrated and densely populated in contrast to the US cities. However, today we can observe European cities showing signs of urban sprawl, such as excessive decentralization, road congestion, lack of open space, overpopulation, etc. The purpose of our study is to examine whether there are signs of urban sprawl across the cities in Eastern Europe, analyzing data for capital of Bulgaria - Sofia. The paper is organized in the following way: Section 1 – An Introduction, Section 2 – Review of the optimal city size theory, Section 3 – Data and empirical research and Section 4 - Conclusion.

Key words: urban sprawl, decentralization, overpopulation

JEL: R1, R4, O1

Статия:

17. Димитров, К, Гешков, М., „Доминиращи атрибути на изповядваната фирмена култура на холдинговите дружества – членове на Асоциацията на индустриалния капитал в България”, сп. „Икономически алтернативи“, 2018, брой 3, стр. 384-418, Издателски комплекс на УНСС, ISSN 2367-9409

Резюме: Тази статия има за цел да очертае разнообразието от културни феномени, които се срещат на организационно ниво, като подчертае мястото и ролята на ключовите атрибути на изповядвана фирмена култура за оцеляването и успешното развитие на големи бизнес организации. Холдинговите компании, членове на Асоциацията на индустриалния капитал в България, са избрани за обект на изследване като най-мощните двигатели на местната икономика. Ето защо се наблюдава и анализира тяхното възникване и развитие в преходния период. Въз основа на емпирично изследване на подходящо съдържание на уебсайтове се откриват важни последици за доминиращите атрибути на изповядвана фирмена култура върху тях и се правят няколко полезни препоръки към висшето ръководство.

Ключови думи: организационна култура, фирмена култура, корпоративна култура, изповядвана култура

JEL: L20, M14.

Article:

17.Dimitrov, K, Geshkov,M., “Dominating Attributes Of Professed Firm Culture Of Holding Companies – Members Of The Bulgarian Industrial Capital Association” , Journal of „Economic Alternatives“, 2018, issue 3, pp. 384-418 , UNWE Publishing Complex, ISSN 2367-9409

Abstract:This article aims to outline the diversity of cultural phenomena that occur at organizational level, emphasizing the place and role of the key attributes of professed firm culture for the survival and successful development of big business organizations. The holding companies, members of the Bulgarian Industrial Capital Association, are chosen as a survey object as the mightiest driving engines of the local economy. That is why their emergence and development in the transition period is monitored and analyzed. Based on an empirical study of relevant website content, important implications about dominating attributes of professed firm culture on them are found and several useful recommendations to their senior management are made.

Keywords: organizational culture, firm culture, corporate culture, professed culture

JEL: L20, M14.

Статия:

18. Гешков, М., Идриз, Ф., “Съвременни предизвикателства пред развитието на персонала в индустриалната компания”, сп. „Икономически алтернативи“, 2019, брой 4, стр. 596-606, Издателски комплекс на УНСС, ISSN 1312 – 1462

Резюме: За всеки бизнес, който иска да расте и да се развива, първото и най-важно правило е да инвестира в човешки ресурси. Най-важната инвестиция, която бизнесът може да направи, е да образова своите човешки ресурси. В много сектори човешкият труд е и ще остане незаменим. Един от най-съществените аспекти на растежа на бизнеса е конкурентната сила. Тази конкурентна сила се открива, използва и признава от ръководството. Мениджърите използват потенциала на квалифицираните работници, за да увеличат производството на своя бизнес пряко или косвено, като същевременно ги мотивират да достигнат кулминация в професионалното си развитие. Всяка индустрия, благодарение на своите успешни мениджъри и търговци, може да предложи висококачествени продукти и услуги. Човешките ресурси са основният компонент на успешния бизнес. Има обаче някои съвременни предизвикателства пред развитието на персонала. Нашето проучване търси тези предизвикателства, анализира ги и предлага някои мерки за ефективно управление на развитието на персонала. Нашата статия е организирана в следните основни раздели: Въведение - запознаване на читателите с основните проблеми в управлението на човешките ресурси, Цели на изследване - обсъждане на основните изследователски цели в статията, Методи на изследване - използване на наблюдателни и аналитични методи, Резултати - обсъждане на основните резултати и приложения, и Заключение.

Ключови думи: бизнес, цел, човек, растеж, успех.

JEL: J24, J53, J62

Article:

18.Geshkov, M., Idriz, F.,” Contemporary Challenges to Personnel Development in the Industrial Company”, Journal of „Economic Alternatives“, 2019, issue 4, pp.596-606 , UNWE Publishing Complex, ISSN 1312 – 1462

Abstract: For every business which wants to grow and develop, the first and most important rule is to invest in human resources. The most important investment a business can make is to educate its human resources. In many sectors, human labor is and will remain irreplaceable. One of the most substantial aspects of business growth is competitive power. This competitive power is discovered, used and acknowledged by the management. Managers use the potential of skilled workers to increase their business' production directly or indirectly while motivating them to reach a climax in their professional development. Every industry, thanks to its successful managers and marketers, can offer high-quality products and services. Human resources are the main component of a successful business. However, there are some contemporary challenges in front of personnel development. Our study looks for these challenges, analyses them and proposes some measures to effectively manage personnel development.

Our paper is organized into the following main sections: Introduction- familiarizing the readers with the main issues in HR, Research Goals - discussing main research goals in the paper, Research Methods - using observational and analytical methods, Results- discussing main results and applications, and Conclusion.

Keywords: business, purpose, human, growth, success.

JEL: J24, J53, J62

Статия:

19.Гешков,М.“ Приложение на дигиталните технологии в процесите на контрол и управление на качеството”, списание „ Управление и устойчиво развитие“, Лесотехнически университет, 2020, том 84, брой 5стр. 137-141, ISSN 1311-4506

Резюме: На входа на съвременното предприятие, което според системния подход е система с вход и изход, са ресурсите като капитал, труд и материали. На изхода е крайната продукция, а производственият процес е преобразуващият фактор, при който входящите ресурси се превръщат в крайна продукция в рамките на предприятието. Изключително важно за всяко предприятие е да постигне максимална печалба с минимални разходи. За да получи този резултат, предприятието трябва оптимално да разпредели входящите ресурси и да осъществява прецизен контрол и управление на качеството на продукцията по време на производствения процес от друга. Целта на този доклад е да се анализира прилагането на съвременните дигитални технологии в процеса на контрол и управление на качеството на продукцията на предприятието. Нашият доклад ще бъде организиран, както следва: Увод, Глава I – Процеси на контролиране и управление на качеството, Глава II - Приложение на съвременните дигитални технологии в процесите за контрол и управление на качеството, Заключение

Ключови думи: системи за управление на качеството, предприятие, оптимизация, дигитални технологии.

JEL: M11, M15, M13.

Article:

19. Geshkov, M. “Application of Digital Technologies in the Processes of Quality Control and Management”, published in the journal “Management and sustainable development”, University of Forestry, 2020, volume 84, issue 5p. 137-141, ISSN 1311-4506

Abstract: According to a systematic approach, the modern enterprise can be presented as a system with input and output. At the entrance we have incoming resources such as capital, labor and materials, and at the exit we have final products. The production process, which transforms the incoming resources into final products, is carried out within the enterprise. It is extremely important for the company to minimize costs and increase profit. This requires optimal distribution of input resources in the production process on the one hand, as well as precise control and management of product quality on the other. The purpose of this paper is to analyze the application of modern digital technologies in the process of control and management of the final product quality. Our paper will be organized as follows:

Introduction, Chapter I - Quality control and management processes, Chapter II - Application of modern digital technologies in quality control and management processes, Conclusion.

Key words: quality management systems, enterprise, optimization, digital technologies.

JEL: M11, M15, M13.

Статия:

20. Гешков, М., „Влияние на световната икономическа криза върху страните от Балканския регион. Емпиричен анализ”, Списание „Икономически алтернативи“, УНСС, том 1, 2014, стр. 108-125, ISSN 1312-7462

В края на 2007 г. и началото на 2008 г. американската икономика изпита първите признаци на икономическо забавяне. В американската икономика бяха открити предупредителни признаци за повишена безработица и намаляване на производството. Противно на усилията на правителството за икономическо съживяване, икономическият спад продължи да се задълбочава и до края на 2008 г. икономиката на САЩ беше изправена пред най-големия финансов шок след Голямата депресия от 1929 г. Кризата, възникнала в САЩ, постепенно се пренесе отвъд Атлантика и в началото на 2009 г. засегна силно всички европейски страни, като се почувства особено силно в източноевропейските страни, които по това време изживяват икономически ренесанс. Целта на настоящата статия е да направи сравнителен анализ на въздействието на световната икономическа криза върху бизнес средата в страните от Източна Европа с основен акцент върху страните от Балканския регион. За целите на нашия анализ разглеждаме данните за БВП на глава от населението, равнище на безработица и инфлация точно преди и непосредствено след началото на световната икономическа криза през 2009 г. След това провеждаме емпирично изследване на ефекта от световната икономическа Криза на бизнес средата в страните от Балканския регион. Анализът се извършва отделно страна по страна, като се оценява въздействието на световната криза върху Балканския регион като цяло. Въпреки че има много теоретични изследвания за ефектите от световната икономическа криза върху бизнес средата, няма много емпирични тестове на тези теории. Ние тестваме емпирично теоретичните констатации, отговаряйки на въпроса дали има значително отрицателно въздействие на световната икономическа криза върху бизнес средата в страните от Балканския регион. За нашия емпиричен анализ ще използваме данни от един от най-подробните уеб сайтове за макроикономически данни www.indexmundi.com. Нашата статия ще бъде организирана по следния начин. Раздел 1 – Въведение, Раздел 2 – Преглед на икономическите канали за разпространение на икономическата криза, Раздел 3 – Данни и емпирични изследвания и Раздел 4 – Заключение.

Ключови думи: финансова криза, бизнес среда, емпирична оценка

JEL: L11, D4, L1

Article:

20. Geshkov, M., “The Effect of the World Economic Crisis on the Countries of the Balkan Region. Empirical Analysis”, Journal of „Economic Alternatives“, UNWE, Vol.1, 2014, pp. 108-125, ISSN 1312-7462

Abstract: In the end of 2007 and the beginning of 2008 the US economy experienced the first signs of economic slowdown. Warning signs of increased unemployment and decreasing output were detected in the US economy. Contrary to the government's efforts for an economic revival, the economic slowdown continued to deepen and by the end of 2008 the US economy faced the

largest financial shock since the Great Depression of 1929. The crisis that originated in the United States was gradually transferred across the Atlantic and by the beginning of 2009 strongly affected all the European countries, being felt particularly severely in the Eastern European countries, which were experiencing an economic renaissance by that time. The objective of this paper is to provide a comparative analysis of the impact of the World Economic Crisis on the business environment in the Eastern European countries with a main accent on the countries in the Balkan region. For the purpose of our analysis we are looking at the data on GDP per capita, unemployment rate, and inflation rate just before and right after the beginning of World Economic Crisis in 2009. Next we conduct an empirical study of the effect of the World Economic Crisis on the business environment in the countries of the Balkan region. We do our analysis separately country by country as well as we estimate the impact of the World crisis on the Balkan region as a whole. Even though there are many theoretical studies of the effects of the World Economic Crisis on business environment, there are not many empirical tests of these theories. We empirically test the theoretical findings, answering the question of whether there is a significant negative impact of the World Economic Crisis on the business environment in the Balkan region countries. For our empirical analysis we will use data from one of the most detailed macroeconomic data web site www.indexmundi.com. Our paper will be organized in the following way. Section 1 – An Introduction, Section 2 – Review of the economic channels of distribution of economic crisis, Section 3 – Data and empirical research and Section 4 - Conclusion.

Key words: financial crisis, business environment, empirical estimation

JEL: L11, D4, L1

РЕКЛАМЕН МЕНИДЖМЪНТ. УЧЕБНО ПОМАГАЛО

Резюме: Настоящото учебно помагало е предназначено за студенти от четвърти курс в бакалавърска степен на обучение в Бизнес факултета на УНСС, специалност „Индустриален бизнес“. То е разработено в съответствие с учебната програма по избираемата дисциплина „Рекламен мениджмънт“ и е съобразено изцяло с лекционния курс на дисциплината. Съдържанието на учебното помагало се основава на проучване на широк кръг съвременни наши и чуждестранни литеаратурни източници. Замисълът в цялостното обучение по дисциплината „Рекламен Мениджмънт“ е да се постигне сработеност между теоретичните знания, методическите положения и практическите решения в областта на маркетинга и

рекламата. Съществен проблем пред осигуряването на нарастваща мотивация на обучаваните по дисциплината студенти е обхватът и единството от начини, форми и методи за провеждане на практическите упражнения. В този смисъл в учебното помагало са разработени подходящи инструменти, които да мотивират целенасочената подготовка на студентите по дисциплината „Рекламен мениджмънт“. Учебното помагало може да бъде полезно и за студенти извън Бизнес факултета, изучаващи или проявяващи интерес към проблематиката на маркетинга и рекламата. То може да бъде използвано и в обучението на магистри, в чийто учебни планове са въведени дисциплини, свързани с тази проблематика. В определена степен учебното помагало може да бъде използвано и от специалисти от ресорите на маркетинга и рекламата в нашата бизнес практика.

Ключови думи: рекламен мениджмънт, стратегическо медийно планиране, промоции

JEL: L11, D4, L1

ADVERTISING MANAGEMENT. HANDBOOK

Abstract: This handbook is intended for fourth-year bachelor's degree students at the Faculty of Business, University of National and World Economy, majoring in Industrial Business. It is developed in accordance with the curriculum of the elective course "Advertising Management" and is fully consistent with the lecture course of the discipline. The content of the textbook is based on a wide range of contemporary Bulgarian and foreign literary sources. The idea of the overall training in the discipline "Advertising Management" is to achieve coherence between theoretical knowledge, methodological positions and practical solutions in the field of marketing and advertising. A significant problem in providing increasing motivation for students in the discipline is the scope and unity of ways, forms and methods of conducting practical exercises. In this sense, the textbook has developed appropriate tools to motivate the targeted preparation of students in the discipline "Advertising Management". The textbook can also be useful for students outside the Faculty of Business who are studying or interested in marketing and advertising. It can also be used in the training of masters, in whose curricula are introduced disciplines related to this issue. To a certain extent, the textbook can also be used by specialists from the departments of marketing and advertising in our business practice.

Key words: advertising management, strategic media planning, promotions

JEL: L11, D4, L1