

**СТАНОВИЩЕ**

От: проф. д-кн Бистра Боева, з.служил професор, УНСС
„Световно стопанство и МИО“

Относно: конкурс за доцент 3.8 Икономика „Световно стопанство и МИО“/
международен маркетинг/.

1. Информация за конкурса

Конкурсът е обявен за нуждите на катедра МИО/факултет Международна Икономика и Политика на УНСС съгласно Решение на АС №5./12.07.2017. Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед №2237/ 24.10.2017 на Ректора на УНСС.

2. Кратка информация за кандидатите в конкурса

За участие в конкурса документи е *подал един единствен кандидат гл.ас. д-р Александър Трайков Христов*. Кандидатът по конкурса *има богат професионален опит в областта на комуникациите и на международния маркетинг/специализирани компании, банков сектор/. Развива и активна обществена дейност в областта на комуникациите*. Ползва се с авторитет сред българската браншова гилидия „връзки с обществеността“. В продължение на 6 години/ 2011-2017/ е главен асистент в катедра МИО и бизнес в УНСС. Има магистърска степен по международни икономически отношения и доктор по научна специалност 05.04.10 Журналистика/реклама/

3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност

От представената документация *е видно /карта за изпълнение на количествените изисквания и становището на Съвета по хабилитация май 2017/ че кандидатът изпълнява изискванията* за заемане на „академичната длъжност доцент“ в УНСС.

4. Оценка на учебно-преподавателската дейност за всеки кандидат поотделно

Главен асистент д-р Христов води лекции и упражнения по маркетинг, както и семинарни занятия по международен маркетинг в ОКС Бакалавър. В ОКС Магистър са му поверени лекции от курса по „Преговори и межкултурна компетентност“, както „Маркетинг в социалните мрежи“. Впечатленията ми за работата д-р Ал. Христов със студентите в курса по Международен маркетинг са добри. Практическите ангажименти на кандидата допринасят за професионалната подготовка на бакалаври. Провежда практикум по маркетингови проучвания.

5 Кратка характеристика на представените научни трудове/публикации

По конкурса кандидатът е *представил списък със 17 публикации*. Тематичните направления на публикациите са в областта на маркетинговите

комуникациите/ публикации 1.2,1.3,1.4 и 1.5/ само регулациитей/публикация №1.1,1.6/, дигиталния маркетинг. *Представените трудове са с научно приложен и практико - приложен характер.*

*Публикацията „ Саморегулация в маркетинговите комуникации“/134 страници/,като и статията „ Саморегулация в действие“/ Икономически и социални .алтернативи 2017бр.4/ разкриват интереса на кандидата по конкурса към подценявани аспекти на маркетинговите комуникации-етичните измерения. Авторът разработва проблема на основата на теория, установените законови норми и практика в ЕС и България. Интерпретиран е и собственият опит. Интересът на автора към тематиката е виден и *разработената от него глава“ Етични измерения на съвременния маркетинг“/стр 392-423/ в авторитетната колективна монография на катедра МИО“Маркетинг перспективата за съвременния бизнес“С. 2012,ИК УНСС.* Сполука за автора са приведените примери и казуси*

По конкурса е представена още една самостоятелна публикация-„ ПР практика :взаимоотношения с клиент“/81 страници+ казуси,интервюта с представители на практиката или общ 103 страници Само то заглавие потвърждава характеристиката на публикацията- *практическо ръководство.* Прочитът на публикация разкрива и акцента на автора: *взаимоотношенията в областта на връзките с обществеността,като успоредно с това са разработени сравнително ограничено прилагани в българската практика инструменти от областта на управлението на проекти.*

В качеството си на член на журито и съавтор бих искала да посоча още една публикация по конкурса- раздела за връзки с инвеститорите в“ Корпоративно управление в международния бизнес“,С.2016, ИК УНСС . В тази част кандидатът развива една нова за него тематика, която еопределено нова за академичните изследвания в България- връзки с инвеститорите в публичните компании.

Предложени в списъка статии са възпроизведени в посочените публикации.

6.Синтезирана оценка на основните научни и научно-приложни приноси на кандидатите

Определящото за публикациите на д-рХристов е:

- разработвани *нови* за българската практика теми: саморегулация и етични аспекти на маркетинга като цяло и маркетинг комуникациите,както и тематиката за за връзките с инвеститорите.и дигиталния маркетинг. *Обогатява се натрупания научно приложен задел в областта на маркетинга* вкл.междунродния маркетинг
- положителен момент са *публикациите с практическа насоченост*,както и вграденият в *тях професионален практически* опит на кандидата публикации. Показан е стремежът на кандидата по конкурса доведе до студентската аудитория практиката. Обстоятелство,което е от *значение за цялостната оценка на творчеството на кандидата и то в контекста на конкурса за заемане на академичната степен доцент.*
- Насочване на обучаваните чрез казусите в публикациите към анализ и оценка на сложни проблеми от практиката.

- Осведомеността на автор по изследваните проблеми, богат научен апарат и респект към трудовете на академичната общност в т.ч към членовете на катедра МИО.

7. Основни критични бележки и препоръки към всеки кандидат

Рецензирането на представените публикации дава основание да се дефинират следните препоръки към кандидата по конкурса:

- в своята бъдеща работа д-р Христов следва да **разшири и задълбочи изследванията областта на международните маркетингови комуникации и международния маркетинг. Международното начало в представените по конкурса публикации дава основание за тази препоръка;**
- да предприеме и разработване на учебни помагала и съответствие с учебната проблематика по водените от него курсове в ОКС бакалавър и ОКС магистър в т.ч дитигален маркетинг и др.;
- увеличаване на **теоретичния задел и очакваната от един бъдещ доцент проблемно-полемична насоченост на научните изследвания;**
- независимо от оценката за богатото портфолио на теми в публикациите е добре д-р **Христов да се концентрира върху съществени проблеми за теорията и практиката;**
- при бъдещи подобни състезателни инициативи един специалист по маркетингови комуникации **е коректно да представи по-добре своите трудове.**

Заключение

От представената документация е видно, че кандидатът отговаря на количествените и качествените изисквания за заемане на академична длъжност доцент в УНСС. Внимателният прочит на ЗРАС в РБ и дефинираните условия за заемане на „академична длъжност доцент“/ ЗРАСчл24 ал.1/ **и по конкретно: придобита образователна и научна степен "доктор"; изискуем стаж за заемане на академична длъжност "асистент", "главен асистент", както и да имат доказани постижения в практиката, както и да е представен публикуван монографичен труд** ми дава основание да заявя, че **кандидатът балансирано отговаря на законовите изисквания.** Вземам под внимание **оценката ми за рецензираните публикации, както и неговата богата и успешна практика** в областта на маркетинговите комуникации. Бих искала да препоръчам на уважаемото жури да предложи на Факултетния съвет на Факултет Международна икономика и политика д-р Александър Христов да заеме „академичната длъжност доцент на УНСС“.

София 01.12.2017

Подпис: