

СТАНОВИЩЕ

от доц.д-р Иван Стоянов Стойчев,
катедра „Международни икономически отношения и бизнес”
при Университета за национално и световно стопанство, София -
член на научно жури по конкурс за заемане на академична длъжност „ДОЦЕНТ”,
по направление 3.8 Икономика, научна специалност „Световно стопанство и МИО
(международен маркетинг)“, обявен от Университета за национално и световно
стопанство в ДВ, брой 69/25.08.2017 г., съгласно решение на АС 5/12.07.2017.

Кандидат: гл.ас. д-р Александър Трайков Христов

Конкурсът за ДОЦЕНТ по направление 3.8 Икономика, научна специалност „Световно стопанство и МИО (международен маркетинг) към УНСС е обявен съгласно Заповед на Ректора на УНСС 1217/31.05.2015, решение на Катедрения съвет на Катедра „МИО и бизнес“ (протокол 332/26.09.2017) и решение на Факултетния съвет на Факултет „Международна икономика и политика“ (протокол 01/11.10.2017). За участие в конкурса документи е подал д-р Александър Христов (единствен кандидат), главен асистент в катедра „МИО и бизнес“ към същия факултет. Представената документация и най-вече трудовете на кандидата, развитието му като научен работник и преподавател позволяват формулирането на положителна характеристика и становище по кандидатурата на гл. д-р Александър Христов. Това се подкрепя и обосновава с постановките и съображенията, приведени в следващите редове.

Развитието на **творческата биография** на гл. ас. д-р Александър Христов показва:

- концентрация на изследователската дейност в добре структурирано направление в сферата на международния маркетинг – маркетинговите комуникации, етиката и саморегулацията в тях.
- приносен характер имат и неговите изследвания в областта на маркетингова етика в дигитална среда, което е обвързано с поведението на онлайн потребителите и интензификацията на комуникациите. Формулирана е ролята на автентичността на съдържанието в дигитална среда и е показано нейното значение за повишаване на доверието към компанията и постигането на по-висока ефективност в нейните маркетингови комуникации; .

- запознаването с научната продукция на кандидата по конкурса показва, че той се отличава с целенасоченост и аналитичност на третираните въпроси, приоритетно свързани с посочената по-горе проблематика. Кандидатът е представил общ списък на всички свои публикации, който включва 1 самостоятелна монография и участие в 1 монография като съавтор, два учебника в съавторство и 1 самостоятелно ръководство, 12 статии в специализирани научни издания, 13 доклади от участия в научни конференции и 2 участия в проекти – един университетски и 1 международен. Кандидатът покрива количествените и качествените критериите на УНСС за заемане на длъжност „ДОЦЕНТ”. Представени са доказателства за 7 цитирания в книги, дисертации, статии и електронни източници, за които са представени доказателства.

Между основните приноси на гл.ас. д-р Александър Христов в представените трудове (монографии, статии, проекти и др.) като примери могат да се посочат:

- ✚ добра концентрация върху значими и актуални аспекти на маркетинговите комуникации на българските фирми и засилване на ефекта от тяхната маркетингова дейност на задграничните пазари;
- ✚ системно изследване, изясняване и обогатяване на научната представа за важноста на саморегулационните механизми в съвременната бизнес практика като гъвкав механизъм за разрешаване на проблеми, за предотвратяване на негативните въздействия и за осъществяване на превантивни действия;
- ✚ обогатяване на познанието за институционализацията на приложението на етичните принципи и ролята на професионалните асоциации, които следят за прилагането на етичните принципи в рекламата и ПР и действат на национално и на европейско (и международно) равнище;
- ✚ препоръки за сътрудничество на етичните комисии в рекламата и в ПР с държавните институции по отношение на предотвратяването на негативните въздействия в маркетинговите комуникации и защита на правата на потребителите;
- ✚ класификация на нарушенията на етичните принципи в ПР и рекламата и формулиране на предложения за промени в процедурите и правилата за регулиране на тези дейности;
- ✚ разграничаване на разбиранията за рекламно и съдържание в медиите и такова в резултат на ПР дейности. Това разграничаване е обвързано с

етичното поведение на компаниите и необходимостта от добра информираност на потребителите. Направени са препоръки за противодействие на съвременни негативни феномени в тази насока – фалшиви новини, пост-истина, тролове и други.

- Гл.ас.д-р Александър Христов е представил авторска справка с приносите в трудовете си за целите на участието в конкурса за ДОЦЕНТ - запознаването със справката позволява да ги приемем и оценим като действителни и значими;
- сравнението между тематичните направления на преподаваните учебни дисциплини и публикациите на кандидата по конкурса показва връзки между тях.

Нямам **критични бележки** по представената научна продукция за участие в конкурса, но препоръчвам да се направи ясно разграничение между дисертационния труд на кандидата за присъждане на образователната и научна степен „Доктор“ и представените публикации по настоящия конкурс за „Доцент“.

В качеството на **университетски преподавател** гл.ас. д-р Александър Христов също показва много добро развитие:

- ориентация към актуални и значими тематични направления на преподаване – „Маркетинг“, „Преговори и межкултурна компетентност“ на български и английски език, „PP стратегии в медиите“, „Маркетинг в социалните мрежи“, „Дигитален маркетинг“. Концентрацията върху посочените учебни дисциплини стимулира развитието му като преподавател, което е положителна страна.
- резултатите от развитието на учебно-преподавателската дейност на гл. ас. д-р Александър Христов доказват практически необходимостта и ефективността от тясна връзка и зависимост между научноизследователската и преподавателска дейност, което в наши дни е с нарастващо значение за индивидуалния принос в образованието.

Справедливо е да отбележа и отзивите от **преподавателската дейност** на гл.ас. д-р Александър Христов – високи изисквания и критерии към собствената дейност и спрямо подготовката на студентите. Той е преподавател, който с висок ефект използва съвременните техники и технологии в образователния процес. Учебните помагала и разработените от него учебни програми допринасят за повишаването и обогатяването на знанията на студентите, както и за усъвършенстването на учебното съдържание и преподаването в областта на международния маркетинг.

Внимание заслужава и **трудовият път** на кандидата по конкурса. Ще припомня, че кандидатът е завършил магистратура в УНСС и защитава докторска дисертация в в

областта на рекламната дейност. Работил е в Министерство на икономиката, Българска агенция по експортно застраховане, Директор Маркетинг и реклама в КТБ, експерт и управляващ партньор в комуникационни агенции. Това е добра основа за следващото му развитие като преподавател в УНСС.

Всичко казано по-горе ми позволява да подкрепя кандидатурата на гл. ас. д-р Александър Христов в конкурса за ДОЦЕНТ по направление 3.8 Икономика, научна специалност „Световно стопанство и МИО (международен маркетинг)“.

София, 04.12.2017 г.

Член на журито:

доц. д-р. Иван Стойчев