



СТАНОВИЩЕ

от доц.д-р Миланка Димитрова Славова
член на научно жури в конкурс за заемането на академичната длъжност
”ДОЦЕНТ” по професионално направление 3.8. Икономика, научна
специалност „Световно стопанство и МИО (международен маркетинг)»,
обявен от УНСС, ДВ, бр. 69 от 25.08.2017 г.

*Относно: научната, научно-приложната и професионално-академичната
дейност и продукция, представена от гл.ас. д-р Александър Трайков Христов.*

Конкурсът е обявен за нуждите на катедра „МИО и бизнес“, съгласно Решение на АС №5612.07.2017.г. В него единствен кандидат за заемането на академичната длъжност «доцент» по научна специалност „Световно стопанство и МИО (международен маркетинг)» е гл. ас. д-р Александър Трайков Христов. Становището е изготвено въз основа на Заповед № 2237/24.10.2017 г. на зам.-ректора по НИД на УНСС.

I. Обща оценка на кандидата

Материалите за конкурс за заемането на академичната длъжност «доцент» представят преподавателската и изследователската дейност на гл. ас. д-р Александър Христов. След защитата на дисертационния си труд по научна специалност „Журналистика“ той осъществява изследвания в областта на международния маркетинг и връзките с обществеността. В конкурса гл.ас. д-р Александър Христов участва също така с публикации от научни и научно-образователни проекти.

Общата ми оценка е, че гл. ас. д-р Александър Христов има научни приноси преди всичко в областта на изследването на маркетинговите комуникации и техните етични измерения, взаимоотношенията между участниците в ПР процесите

и дигиталните маркетингови решения като част от интегрираните маркетингови стратегии на съвременните организации.

Гл. ас.д-р Александър Христов е уважаван от студентите и колегите си преподавател в катедра „МИО и бизнес“. Осигурява самостоятелно и в екип на български и английски език в бакалавърска и магистърска степен различни дисциплини: „Маркетинг“, „Международен маркетинг“, „Преговори и межкултурна компетентност“, „Маркетинг в социалните мрежи“ и др.

Научноизследователската и преподавателската работа ми дават основание да направя извода, че гл. ас.д-р Александър Христов може да участва успешно в конкурса за доцент по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Световно стопанство и МИО (Международен маркетинг)».

II. Оценка на научните, практическите резултати и приносите на представената за участие в конкурса творческа продукция.

За участие в конкурса гл. ас.д-р Александър Христов е представил общо 17 публикации, сред които:

- Една самостоятелна монография „Саморегулация в маркетинговите изследвания. Международни аспекти.“ с обем 133 страници.
- Една монография в съавторство в областта на дигиталния маркетинг на английски език Digital and Social Media Marketing: A Results Driven Approach.
- Два учебника в съавторство: „Корпоративно управление в международния бизнес“ и „Маркетинг: перспективата за съвременния бизнес“.
- Ръководство за професионална дейност „ПР практика: взаимоотношения с клиенти“ с обем 101 страници.
- Девет статии в печатни и електронни издания, в които се изследват проблемите на развитието на дигиталните медии и използването на специфични техники в тях, както и етичните проблеми на ПР.



- Три доклада от летни школи на НБУ в областта на ПР.

Научните резултати и приносите на гл. ас.д-р Александър Христов могат да бъдат определени, както следва:

1. Обогаляване на съществуващите знания в областта на ПР и международния маркетинг

Научните изследвания на гл. ас.д-р Александър Христов повишават валидността на съществуващата теория и методология за изследването на съвременния маркетинг и ПР, особено в частта за етиката и саморегулацията. Този принос може да се формулира въз основа на монографията „Саморегулация в маркетинговите изследвания. Международни аспекти“ и седем от докладите. В тях се защитава тезата, че защитата на потребителите и лоялната конкуренция в голяма степен зависят от наличието на етични правила, които да се следват от съвременните организации в техните маркетингови комуникации. Изследването на етичните нарушения в България и на европейските практики са предпоставка за формулирането на предложения относно насърчаването на потребителската активност, създаването на гъвкава система от преценка и санкции в рекламата и разширяването на обхвата на действие на етичните правила по отношение на честното информироване на гражданите от фирмите и организациите. В тази връзка авторът е направил конкретни предложения по отношение на Комисията по етика на БДВО и Етичната комисия на Националния съвет за саморегулация в областта на рекламата.

2. Приложение на съществуващата теория и методология за обяснение и анализ на конкретни практически проблеми

Приносите са в областта на дигиталните маркетингови комуникации. Авторът е изяснил особеностите на съвременното дигитално маркетингово общуване, методите за оценка на осведомеността на дигиталните потребители



относно марката и очертаващите се тенденции в дигиталния маркетинг, които трябва да намерят отражение в интегрираните маркетингови стратегии на фирмите.

III. Критични бележки и препоръки

Препоръките ми към гл.ас.д-р Александър Христов са следните:

- ✓ да задълбочи теоретичните си сравнителни изследвания в областта на международния маркетинг и връзките с обществеността, в т.ч. дигиталния маркетинг и ПР;
- ✓ да публикува повече статии в списания на английски език, за да бъдат по-видими резултатите от изследванията на практиката на ПР в България.

IV. Заключение

Научноизследователската работа на гл. ас.д-р Александър Трайков Христов отговаря на всички изисквания на Закона за развитието на академичния състав в Република България, на Правилника за неговото приложение, както и на изискванията на УНСС за заемането на академичната длъжност «доцент». Това ми дава основание за **положителна оценка за избора на гл. ас.д-р Александър Трайков Христов за заемането на академичната длъжност «доцент» по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Световно стопанство и МИО (международен маркетинг).**

03.12.2017 г.
гр.София

Член на журито:.....
(доц.д-р Миланка Славова)