



## УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

### СТАНОВИЩЕ

От: *Проф. д-р Свободка Генчева Класова*  
*Научна специалност: Маркетинг (Ценова политика)*  
*УНСС, Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“*

Относно: конкурс за **професор** по научно направление **3.8. Икономика**, научна специалност **“Маркетинг (Продуктова политика)”** в УНСС. Конкурсът е обнародван в ДВ, бр. 1 от 05.01.2021 г.

#### **1. Информация за конкурса**

Конкурсът е обявен за нуждите на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, факултет „Управление и администрация“ на УНСС съгласно Решение на АС № 7/09.12.2020 г. Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед № 450/04.03.2021 г. на Ректора на УНСС.

#### **2. Кратка информация за кандидатите в конкурса**

В конкурса за професор, обявен в ДВ, бр.1 от 05.01.2021 г. участва единствен кандидат - доц. д-р Красимир Маринов Маринов, роден на 27.09.1973 г. в гр. Разград.

Средното си образование доц. д-р Красимир Маринов завършва през 1991 г. в математическа гимназия „Акад. Никола Обрешков“ в гр. Разград. През 1995 г. придобива ОКС „Магистър“ по специалност „Маркетинг и мениджмънт“ в УНСС, а две години по-късно (1997 г.) получава квалификация „Магистър по Право“ в Юридически факултет към УНСС. От 2006 г. е доктор по научна специалност 05.02.26 (Маркетинг) към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС. От 1999 г. и до момента е заемал академичните длъжности „асистент“, старши асистент“, „главен асистент“ и доцент в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ в УНСС. От 2018 г. и до днес е заместник-ръководител на същата катедра, а от 2016 г. е член на Атестационна комисия на Факултет „Управление и администрация“. Членува в професионалните организации: American Marketing Association (АМА), Българска асоциация по маркетинг (БАМ) и Съюз на учените в България.

Трудовият стаж във фирми на кандидата за професор от 2002 г. и досега включва работа на различни позиции:

- Мениджър „Маркетинг и реклама“ в „Алианц България“.
- Директор „Маркетинг“, Мениджър „Анализи и планиране“, Специалист „Маркетингови проучвания“ в „Ален мак“ АД, гр. Пловдив.
- Директор „Маркетинг“ на “NN“ България.

Заеманите длъжности и основните дейности, изпълнявани от доц. д-р Красимир Маринов, му осигуряват практически опит, който той сполучливо „експлоатира“ в своята преподавателска и изследователска дейност. С не по-малко значение са отличните му познания по английски и руски езици, както и техническите му компетентности при работа с Microsoft Office (Word, Excel, Power Point ), SPSS.

### **3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност**

#### *3.1. Изпълнение на количествените изисквания*

Кандидатът в конкурса изпълнява всички Национални минимални изисквания за заемане на академична длъжност „професор“ съгласно ЗРАСРБ (чл. 26) и Правилника за приложението му (чл. 1а., ал. 1) - придобита научна и образователна степен „доктор“; заема длъжността „доцент“ в УНСС от 2012 г.; публикувал е монография, представена като основен хабилитационен труд, както и други оригинални научно изследователски трудове. По групи изисквания от А, Б, В, Г, Д и Е при минимален праг 550 точки доц. Маринов има 1 203,3 точки.

Той отговаря и на допълнителните изисквания за УНСС съгласно ЗРАСРБ (чл. 26, ал. 5) и Правилника за приложението му (чл. 1а., ал. 2-3), отнасящи се до учебната и научно изследователската дейност - при минимален брой точки 420 доц. д-р Маринов има 1 321,3 точки.

Общият брой точки 2 524,6 (две хиляди петстотин двадесет и четири) надвишава значително минималните национални изисквания и допълнителните за УНСС изисквания за длъжността „професор“.

#### *3.2. Изпълнение на качествените изисквания*

Представената карта за изпълнение на качествените изисквания за заемане на академичната длъжност „професор“ в УНСС показва, че доц. д-р Красимир Маринов има редица постижения в тази посока. Професионалните му интереси са основно в сферата на изследвания по темата на обявения конкурс, по които са и разработените от него учебни курсове и програми, както и публикациите – монографии, книги, учебници, статии и доклади. Той е автор на единствения публикуван у нас учебник „Директен маркетинг“ и на първия учебен курс в УНСС по тази дисциплина. Забележителен е обхватът на учебно преподавателската дейност на доц. д-р Маринов и неговата способност да прилага иновативни подходи на обучение и контрол над работата на студентите. Значителен е и приносът му към работата на държавни институции, международни и нестопански организации чрез експертното му консултантско и изследователско участие в дейността им. Кандидатът е утвърден лектор и изследовател с постижения в националното и международното развитие на знанието. Доц. д-р Красимир Маринов съдейства за развитието на добрите управленски практики в УНСС чрез заеманите от него ръководни длъжности и участието му в реализацията на университетски договори и мероприятия.

Изпълнението на качествените критерии за заемане длъжността „професор“ показва високото ниво на академична компетентност на кандидата, чиито постижения допринасят за утвърждаване авторитета на УНСС и на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“.

Съгласно протокол №3/17.11.2020 г. на Съвета по хабилитация на УНСС кандидатурата на доц. д-р Красимир Маринов отговаря на количествените и качествени изисквания за заемане на академичната длъжност „професор“.

#### **4. Оценка на учебно-преподавателската дейност**

Доц. д-р Маринов води и е водил учебни занятия по дисциплините: „Управление на продажбите”, „Продуктова политика”, „Маркетинг”, „Директен маркетинг”, „Събитийен маркетинг”, „Продуктови иновации”, „Секторен маркетингов анализ“, „Бизнес комуникации“ и „Ценова политика. Чете лекции на български и на английски език в ОКС „Бакалавър” и в ОКС „Магистър”. По тези дисциплини е разработил авторски учебни програми и лекционни курсове. Изпълнената аудиторна заетост като хабилиотирано лице в УНСС за периода 2013 г.- 2020 г. е 2 831 часа лекции и 619 ч. упражнения. Доказателство за преподавателския опит на доц. д-р Маринов е провежданото от него обучение, което се отличава с актуалност, дискусии на казуси и активна работа със студентите по практически проблеми. Доц. д-р Красимир Маринов е избран за научен ръководител на седем докторанта от катедра “Маркетинг и стратегическо планиране”, трима от които успешно са защитили дисертационните си трудове.

Всичко това ми дава основание категорично да заключа, че кандидатът е изцяло подготвен за заемане на академичната длъжност „професор“ по профила на конкурса.

#### **5. Кратка характеристика на представените научни трудове/ публикации**

За участие в конкурса доц. д-р Красимир Маринов е представил различни по своя характер научни трудове – монография и публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд (2); глава от колективна монография (1); статия, публикувана в научно издание, реферирано и индексирано в световно известната научна база данни - Web of Science (1); статии в нереферирани списания с научно рецензиране (9); доклади, публикувани в редактирани колективни томове (10); университетски учебници (3, от които 1 в съавторство). Четири статии и пет доклада са на английски език.

Доц. д-р Красимир Маринов е ръководил 5 и е взел участие в 7 университетски и национални научни и образователни проекти.

Могат да се открият следните направления в изследователската му дейност:

- Продуктови иновации (№ 1, 2, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 17, 20, 24 от списъка с публикации).
- Измерване на резултатите от разработването на нови продукти (№ 5, 11, 16 от списъка с публикации).
- Маркетингови стратегии, в частност продуктови стратегии на фирми, опериращи в България в условията на икономическа криза ( № 3, 6, 7 от списъка с публикации).
- Финансовата грамотност на индивидите като детерминанта на потребителското поведение (№ 4 от списъка с публикации).
- Директен маркетинг (№ 25 от списъка с публикации).

Основното направление в изследователската дейност на кандидата е продуктовата политика, но той навлиза детайлно в тази проблематика и дълбочинно я анализира. В контекста на маркетинга и съответно на научната специалност на конкурса, са и останалите теми. Публикациите се отличават с актуалност, сериозност и научна коректност на съдържанието, в което са демонстрирани умения за концептуални анализи и убедителни заключения.

В съдържанието на публикациите се очертават следните по важни научни и научно приложни резултати:

- Обширен теоретичен обзор върху продуктите иновации, въз основа на който са обобщени изводи за необходимостта от проактивен подход на фирмата при разработването на нови продукти. Оценка на факторите, които влияят върху разработването на нови продукти в контекста на този подход.
- Систематизирани резултати от проведени до момента изследвания на факторите, въздействащи върху успеха на новите продукти.
- Доразвита и обогатена концепцията за типологията на показателите за измерване на резултатите от разработването на нови продукти във фирмата.
- Разработена и апробирана изследователска методология за проучване на новите продукти в българските фирми и на факторите, които обуславят техния успех.
- Направен обстоен анализ на отношението на българските фирми към развитието на продуктовото портфолио общо и в частност към продуктите иновации в условията на икономическа криза.

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

Доц. Красимир Маринов откроява общо 7 научни и научно-приложни приноси. Те съответстват на посочените в т. 5 на настоящото становище научни и научно приложни резултати и действително могат да бъдат изведени от представените публикации. Приносите в научната продукция на доц. д-р К. Маринов се систематизират в следните направления:

- ***Теоретични приноси:***

Обогатяване на маркетинговата теория в областта на продуктовата политика с поставен акцент върху въпросите за типологията на факторите за успех на продуктите иновации и измерването на резултатите от разработването на нови продукти. Обоснована възможност и необходимост от измерване на резултатите на нивото на отделния проект за нов продукт, на нивото на процеса на продуктова иновация, и на стратегическо ниво, със съответстващи на всяко ниво показатели. Развитие на теоретичните постановки относно оценката на продуктите иновации чрез степента на въздействие на маркетинговата синергия върху резултатите от новите продукти, с което се разширяват познанията в недостатъчно разработеното поле на маркетинговите метрики.

- ***Методологични приноси:***

Разработени две методики: едната за емпирично изследване чрез качествен метод на вътрешни за фирмата фактори за успех на новите продукти. Другата методика е за емпирично количествено изследване на вътрешните и външните за фирмата фактори за успех на новите продукти.

- ***Практико приложни приноси:***

Апробиране на методиките при провеждане на емпиричните проучвания и извеждане на полезни за практиката изводи в изследваната област.

Считам, че посочените приноси са лично дело на кандидата. Основание за това ми дава и факта, че голяма част от представените в конкурса трудове са самостоятелни.

От справката на цитиранията става ясно, че кандидатът е получил обществено признание от апробацията на своите научни публикации не само у нас, но и в чужбина.

Тя включва: 2 бр. цитирания в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация; 27 бр. цитирания в монографии и колективни томове с научно рецензиране; 9 бр. други цитирания в нереперирани списания с научно рецензиране.

### **7. Основни критични бележки и препоръки**

Нямам критични бележки.

Препоръката ми към кандидата е в бъдещи публикации да разшири тематиката, като засегне проблемни въпроси и по други дисциплини, които преподава.

### **8. Заключение**

Кандидатът за академичната длъжност „професор“ доц. д-р Красимир Маринов има научна продукция, която го характеризира като учен с ерудиция, умение да анализира проблемите и да формулира собствени виждания и решения по тях.

Той е изграден и утвърден преподавател в областта на маркетинга с доказана възможност за тясно свързване на научноизследователската, научно-приложна и учебно преподавателска дейност.

Общата оценка по критериите и показателите за учебната и научноизследователска дейност показва, че кандидатурата на д-р Красимир Маринов изцяло отговаря на изискванията за заемане на академичната длъжност „професор“. **Това ми дава основание с пълна убеденост да препоръчам на Научното жури да избере доц. д-р Красимир Маринов Маринов за академична длъжност „професор“ по професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“ (Продуктова политика) - шифър 05.02.26.**

София  
април 2021 г.

РЕЦЕНЗЕНТ:.....  
х. проф. д-р С. Класова



## UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

### POSITION

From: *Prof. Dr. Svobodka Gencheva Klasova Scientific specialty: Marketing (Pricing Policy) UNWE, Department of Marketing and Strategic Planning*

Subject: competition for a **professor** in the field of science **3.8. Economics**, scientific specialty "**Marketing (Product Policy)**" at UNWE. The competition was promulgated in SG, issue 1 of 05.01.2021

#### **1. Information about the competition**

The competition was announced for the needs of the Department of Marketing and Strategic Planning, Faculty of Management and Administration of UNWE according to Decision of the AC № 7 / 09.12.2020. I participate in the scientific jury of the competition according to Order № 450 / 04.03.2021 of the Rector of UNWE.

#### **2. Brief information about the candidates in the competition**

In the competition for professor, announced in SG, issue 1 of 05.01.2021, the only candidate participates - Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov Marinov, born on September 27, 1973 in the city of Razgrad.

Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov graduated in 1991 at the Mathematical High School "Acad. Nikola Obreshkov" in the city of Razgrad. In 1995 he obtained a Master's degree in Marketing and Management at the University of National and World Economy, and two years later (1997) he received a Master's degree in Law from the Faculty of Law at the University of National and World Economy. Since 2006 he has been a doctor of scientific specialty 05.02.26 (Marketing) at the Department of Marketing and Strategic Planning, UNWE. Since 1999 he has held the academic positions of "Assistant", "Senior Assistant", "Chief Assistant" and Associate Professor in the Department of Marketing and Strategic Planning at UNWE. Since 2018 he has been the Deputy Head of the same department, and since 2016 he has been a member of the Attestation Commission of the Faculty of Management and Administration. He is a member of the professional organizations: American Marketing Association (AMA), Bulgarian Marketing Association (BMA) and Union of Scientists in Bulgaria.

The work experience in companies of the candidate for professor since 2002 and so far includes work in various positions:

- Marketing and Advertising Manager at Allianz Bulgaria.
- Marketing Director, Analysis and Planning Manager, Marketing Research Specialist at Alen Mak AD, Plovdiv.
- Marketing Director of NN Bulgaria.

The positions held and the main activities performed by Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov provide him with practical experience, which he successfully "exploits" in his teaching and research activities. No less important are his excellent knowledge of English and Russian, as well as his technical competencies in working with Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), SPSS.

### **3. Fulfillment of the requirements for holding the academic position**

#### *3.1. Fulfillment of quantitative requirements*

The candidate in the competition fulfills all National minimum requirements for holding the academic position "professor" according to the LDASRB (*Law for the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria*) (Art. 2b) and the Regulations for its application (Art. 1a, para. 1) - acquired scientific and educational degree "Doctor"; holds the position of "Associate Professor" at UNWE since 2012; has published a monograph presented as a major habilitation paper, as well as other original research papers. According to groups of requirements from A, B, C, D, E and F with a minimum threshold of 550 points, Assoc. Prof. Marinov has 1 203.3 points.

He also meets the additional requirements for UNWE according to LDASRB (Art. 26, para. 5) and the Regulations for its application (Art. 1a., Para. 2-3), referring to the teaching and research activity - with a minimum number of points. 420, Assoc. Prof. Dr. Marinov has 1,321.3 points.

The total number of points 2,524.6 (two thousand five hundred and twenty-four) significantly exceeds the minimum national requirements and the additional requirements for UNWE for the position of "professor".

#### *3.2. Fulfillment of quality requirements*

The presented map for the implementation of the quality requirements for holding the academic position of "professor" at UNWE shows that Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov has a number of achievements in this direction. His professional interests are mainly in the field of research on the topic of the announced competition, which includes the training courses and programs developed by him, as well as the publications - monographs, books, textbooks, articles and reports. He is the author of the only textbook published in our country "Direct Marketing" and the first course at UNWE in this discipline. The scope of the teaching activity of Assoc. Prof. Dr. Marinov and his ability to apply innovative approaches to teaching and control over the work of students is remarkable. His contribution to the work of state institutions, international and non-profit organizations through his expert consulting and research participation in their activities is also significant. The candidate is an established lecturer and researcher with achievements in national and international knowledge development. Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov assists in the development of good management practices at the University of National and World Economy through his managerial positions and his participation in the implementation of university contracts and events. The fulfillment of the qualitative criteria for holding the position of "professor" shows the high level of academic competence of the candidate, whose achievements contribute to the establishment of the authority of UNWE and the Department of Marketing and Strategic Planning. According to protocol №3 / 17.11.2020 of the Council for Habilitation of UNWE, the candidacy of Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov meets the quantitative and qualitative requirements for holding the academic position of "professor".

#### **4. Evaluation of the teaching activity**

Assoc. Prof. Dr. Marinov leads and has led classes in the disciplines: "Sales Management", "Product Policy", "Marketing", "Direct Marketing", "Event Marketing", "Product Innovation", "Sectoral Marketing Analysis", "Business Communications" and "Pricing". He lectures in Bulgarian and English at the Bachelor's and Master's degrees. He has developed author's curricula and lecture courses in these disciplines. The completed classroom employment as a habilitated person at the University of National and World Economy for the period 2013-2020 is 2,831 hours of lectures and 619 hours of exercises. Proof of the teaching experience of Assoc. Prof. Dr. Marinov is the training conducted by him, which is characterized by topicality, discussions of cases and active work with students on practical issues. Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov has been elected research supervisor of seven doctoral students from the Department of Marketing and Strategic Planning, three of whom have successfully defended their dissertations.

All this gives me reason to conclude categorically that the candidate is fully prepared to take the academic position of "professor" in the profile of the competition.

#### **5. Brief description of the presented scientific papers / publications**

For participation in the competition, Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov has presented various scientific papers - a monograph and a published book based on a defended dissertation (2); chapter of a collective monograph (1); an article published in a scientific publication, referenced and indexed in the world-famous scientific database - Web of Science (1); articles in non-peer-reviewed journals with scientific review (9); reports published in edited collective volumes (10); university textbooks (3 of which 1 co-authored). Four articles and five reports are in English.

Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov has led 5 and participated in 7 university and national scientific and educational projects.

The following directions in his research activity can be distinguished:

- Product innovations (№ 1, 2, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 17, 20, 24 from the list of publications).
- Measuring the results of new product development (№ 5, 11, 16 of the publication list).
- Marketing strategies, in particular product strategies of companies operating in Bulgaria in the conditions of economic crisis (№ 3, 6, 7 from the list of publications).
- Financial literacy of individuals as a determinant of consumer behavior (№ 4 in the list of publications).
- Direct marketing (№ 25 from the list of publications).

The main direction in the research activity of the candidate is the product policy, but he goes into detail in this issue and analyzes it in depth. In the context of marketing and respectively of the scientific specialty of the competition, are the other topics. The publications are characterized by topicality, seriousness and scientific correctness of the content, which demonstrates skills for conceptual analysis and convincing conclusions.

The content of the publications outlines the following important scientific and scientifically applied results:

- Extensive theoretical overview on product innovation, based on which summarizes the conclusions about the need for a proactive approach of the company in developing



new products. Assessment of the factors influencing the development of new products in the context of this approach.

- Systematized results of research conducted so far on the factors influencing the success of new products.
- Further developed and enriched the concept of the typology of indicators for measuring the results of the development of new products in the company.
- Developed and tested research methodology for research of new products in Bulgarian companies and the factors that determine their success.
- A thorough analysis of the attitude of Bulgarian companies to the development of the product portfolio in general and in particular to product innovation in the economic crisis.

## **6. Synthesized assessment of the main scientific and scientific-applied contributions**

Assoc. Prof. Krasimir Marinov highlights a total of 7 scientific and scientific-applied contributions. They correspond to the scientific and scientifically applied results indicated in item 5 of this opinion and can actually be derived from the presented publications. The contributions in the scientific production of Assoc. Prof. Dr. K. Marinov are systematized in the following areas:

### **• Theoretical contributions:**

Enrichment of marketing theory in the field of product policy with an emphasis on the issues of the typology of the factors for the success of product innovations and the measurement of the results of the development of new products. Justified possibility and need to measure the results at the level of the individual project for a new product, at the level of the product innovation process, and at the strategic level, with indicators corresponding to each level. Development of theoretical formulations on the evaluation of product innovations through the degree of impact of marketing synergy on the results of new products, which expands the knowledge in the underdeveloped field of marketing metrics.

### **• Methodological contributions:**

Two methodologies have been developed: one for empirical research through a qualitative method of internal factors for the success of new products. The other methodology is for empirical quantitative study of the company's internal and external factors for the success of new products.

### **• Practical applied contributions:**

Approbation of the methodologies in conducting the empirical researches and drawing useful conclusions for the practice in the researched field. I consider that these contributions are the personal work of the applicant. The reason for this is given by the fact that most of the works presented in the competition are independent. From the reference of the citations, it is clear that the candidate has received public recognition from the approbation of his scientific publications not only in Bulgaria but also abroad. It includes: 2 pcs. citations in scientific journals, referenced and indexed in world-famous databases with scientific information; 27 pcs. citations in monographs and

collective volumes with scientific review; 9 pcs. other citations in unreferred scientific peer-reviewed journals.

### **7. Main critical remarks and recommendations**

I have no critical remarks.

My recommendation to the candidate is to expand the topic in future publications, covering problematic issues in other disciplines that he teaches.

### **8. Conclusion**

The candidate for the academic position "Professor" Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov has a scientific production that characterizes him as a scientist with erudition, ability to analyze problems and formulate their own views and solutions to them.

He is a well-established and established lecturer in the field of marketing with a proven opportunity for close connection of research, applied research and teaching activities.

The overall assessment of the criteria and indicators for teaching and research shows that the candidacy of Dr. Krasimir Marinov fully meets the requirements for the academic position of "professor". **This gives me reason to fully recommend to the Scientific Jury to choose Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov Marinov for the academic position "Professor" in the professional field 3.8 Economics, scientific specialty "Marketing" (Product Policy) - code 05.02.26.**

Sofia  
April 2021

REVIEWER: .....  
H. Prof. Dr. S. Klasova