

СТАНОВИЩЕ

На кандидата за длъжност професор по професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг (управление на маркетинга)“, обявен от УНСС със Заповед № 450/04.03.2021 г. на Ректора на УНСС

Становище от: проф.д-р Веселин Иванов Благоев
Висше Училище по Мениджмънт

Това становище е изготвено в изпълнение на Заповед № 450/04.03.2021 г. на Ректора на УНСС – София за утвърждаване на Научно жури за избор на „Професор“ по „Маркетинг (управление на маркетинга)“, с която съм определен за член на Научното жури, а с решение на първото заседание на журито, съм определен за изготвяне на становище.

В обявения конкурс е подал документи **един кандидат** - доц. д-р Красимир Маринов Маринов от УНСС.

Представената от кандидата доц.Красимир Маринов документация, която е много добре комплектована и пълна, отговаря на Закона за развитие на академичния състав и Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав на УНСС - София.

1. Представяне на кандидата за участие в конкурса

Познавам доц. д-р Красимир Маринов в качеството му на преподавател в УНСС от около две десетилетия. През последните години сме се виждали нееднократно в катедрата, както и при участия в жури. В резултат на тези многократни лични контакти и следене на публикациите му имам доста пълна представа за него като академичен кадър и автор на много монографии, студии, статии и доклади. Съвсем накратко академичният път на доц.Маринов може да се представи така:

- Доктор по научна специалност 05.02.26 Маркетинг (ВАК) от 2007 г.

- Последователно асистент, главен асистент и доцент в Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС, като от 2018 е зам.ръководител на катедрата.
- Преподавател по различни дисциплини в бакалавърски и магистърски програми, в т.ч. дисциплини „Маркетинг“, „Продуктова политика“, „Продуктови иновации“, „Директен маркетинг“, „Управление на продажбите“ и „Събитиен маркетинг“.
- Автор е на редица академични публикации, част от които представя за участие в конкурса. Те включват: две монографии като автор и една като съавтор, 9 статии в научни списания, в т.ч. 4 на английски език, в т.ч. една в Web of science и 5 на български език, автор или съавтор на три учебника, 10 доклада на научни конференции, в т.ч. 5 на английски език и 5 на български език.
- Участвал е в 8 образователни проекта, като е ръководил 4 от тях.
- Ръководил е трима докторанти, успешно защитили през 2018 и 2019 г.
- През последните 5 години има над 2800 часа аудиторна заетост, в т.ч. около 2550 ч. лекции и около 350 ч. упражнения.
- Изпълнява различни ръководни длъжности във фирми, в т.ч. Директор маркетинг в NN Group (пенсионно осигуряване и животозастраховане) от 2005 и понастоящем и Директор Маркетинг на Ален Мак АД (2003-2005). Както вече посочих по-горе, от 2018 той изпълнява задълженията на зам.ръководител на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“.
- Владее английски и руски езици, което му позволява да следи научната литература в областите на академичните си интереси.

Всичко казано по-горе обяснява безспорния академичен и управленски авторитет на доц. Маринов в качеството му на кандидат за „професор“ – както сред колегите, така и сред студентите.

2. Професионална характеристика на кандидата

Както посочих по-горе доц. Красимир Маринов работи на основен трудов договор и пълна аудиторна заетост в УНСС. Към това трябва да се добави дейността му като мениджър в NN Group. В съчетание с представения комплект

публикации за участие в конкурса тези факти изграждат профила му на достоен кандидат за академичната длъжност „професор“.

3. Качествена оценка по нормативните критерии и показатели

Според Правилника за придобиване на научни степени и за заемане на академични длъжности в УНСС - София и Закона за развитие на академичния състав в Република България кандидатите за заемане на академичната длъжност „Професор“ се оценяват по съвкупност от критерии и показатели.

Отчитайки приетите законови и допълнителните изисквания на Правилника на УНСС – София за кандидата е валидно следното:

(а) Той отговаря на следните **базови условия** (Чл. 34. (изменен с решение на АС № 3/10.07.2013 г.):

1. придобита образователната и научна степен „доктор“
2. повече от две години е заемал академичната длъжност „доцент“ в УНСС или в акредитиран университет или научна организация
3. представил е публикуван монографичен труд или равностойни публикации в специализирани научни издания, които не повтарят представените при получаване на образователната и научна степен „доктор“, научната степен „доктор на науките“ и академичната длъжност „доцент“
4. представил е и други оригинални научноизследователски трудове

Споделям мнението, че по линия на нормативни критерии и показатели за оценка на учебната и изследователската работа кандидатът **надхвърля минималните изисквания**. Съдя за това на база запознаване с трудовете на кандидата и на база на Картата за изпълнение на академичните изисквания за заемане на длъжността професор. Анализът на данните показва, че кандидатът за професор е много убедителен с представените доказателства за неговото научно-изследователско творчество.

4. Количествена оценка по критериите и показателите за научно-изследователската дейност

Според приетия Закон и Правилник, кандидатите за заемане на академичната длъжност „Професор“ се оценяват по съвкупност от критерии и

показатели за научно-изследователската дейност. Сред представените за конкурса публикации могат да се отбележат както следва:

Монографии и статии

- Разработване на нови продукти в българските фирми: Състояние и предизвикателства (2019),
- Продуктовата политика
- Директен маркетинг (2015)
- Продуктовите иновации – детерминанти на успеха (2020)
- Product Policy of Bulgarian Companies in Times of Economic Crisis (2015)
- Price-Setting Practices For New Product Introductions: Evidence From Bulgaria (2017).

Всички те са много добри от научна гледна точка и полезни за реалната практика. Сред тях ще отбележа двата учебника – Продуктовата политика и Директен маркетинг, които имат безспорна стойност в образователния процес, който е основен за длъжността професор.

Доклади на научни конференции.

Всички доклади, които са представени за рецензиране, са свързани с профила на конкурса. Те коментират и доуточняват възлови въпроси на теорията ни практиката на маркетинг мениджмънта.

Приемам всички представени за рецензиране публикации като достатъчно релевантни към конкурса за „професор“ в УНСС поради следните основания:

- те доказват много висока степен на познаване на методологията и методиката на научните изследвания в областта, за която кандидатства – маркетинг (маркетинг мениджмънт) в частта продуктова политика и Директен маркетинг;
- основани са на сериозни изследвания, които имат място в преподавателската дейност на кандидата в УНСС и други ВУ.
- Те показват и доказват академичното израстване на доц. Красимир Маринов до високо научно равнище. В монографиите, статиите и докладите са развити интересни нови моменти за теорията и практиката на маркетинга в продуктовата политика и директния маркетинг.

- Представените научни публикации съдържат оригинални авторски постижения, които са личен продукт на автора. Всички представени публикувани трудове са рецензирани.

На основа на казаното по-горе потвърждавам, че доц. д-р Красимир Маринов покрива изискуемите количествени и качествени показатели за избор на длъжността, за която кандидатства в този конкурс.

5. Приноси в научните изследвания

Както вече посочих по-горе, научните приноси на кандидата в неговите лични и колективни публикации, могат да се подразделят в няколко важни области, свързани с конкурса за професор по маркетинг мениджмънт (по традиционната подредба за такива рецензии):

5.1. *Доразвиване и доуточняване на маркетинговата теория в областта на продуктовата политика и директния маркетинг.*

5.2. *Поради съчетанието на академична дейност и практически мениджмънт в областта на маркетинга във фирма Маринов по сполучлив начин обосновава възможността и необходимостта за прилагане на маркетинговата концепция в частта продуктова политика и директен маркетинг.*

5.3. *Обосноваване на разликата и взаимната връзка между стратегически и тактически маркетинг мениджмънт в частта продуктова политика.*

5.4. *Разработени са пълни курсове по „Продуктова политика“ и „Директен маркетинг“.*

В тяхната цялост и вътрешна обвързаност научните постижения на доц. д-р Красимир Маринов могат да бъдат отнесени към групите „обогатяване на съществуващите знания“ и „приложение на нови научни постижения в практиката“, а така също и получаване на нови данни и факти за изучавани икономически обекти, по специално на стратегически бизнес единици.

На основата на казаното по т.5 съм на мнение, че представените от кандидата публикации за участие в конкурса покриват профила на обявения конкурс за професор по маркетинг мениджмънт и по съдържание и по количество са достатъчни за заемане на тази длъжност. Избраните области за научни

изследвания и развитие отговарят на потребността за преподаване в указаната научна специалност.

6. Характеризиране академичната известност на кандидата

Доц. д-р Красимир Маринов е известен със задълбочените си познания, опит и идеи в областта на маркетинг мениджмънта в частта продуктова политика и директен маркетинг, както и като администратор в областта, в която продължава да работи.

7. Критични бележки и препоръки

В духа на положителната научна критика бих посочил следното:

Според мен доц. Маринов трябва да поеме отговорности за повече публикации, които са достъпни и за потребители извън България, особено с публикации в Scopus и Web of Science. Такъв академичен обмен на изследвания/публикации обогатява в академическата дейност и практическия мениджмънт в реалния бизнес.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ


На основа на всичко казано по-горе изцяло подкрепям кандидатурата на доц. д-р Красимир Маринов в конкурса за академичната длъжност „професор” по маркетинг (управление на маркетинга) в УНСС. Убеден съм, че той отговаря на приетите препоръчителни научни и наукометрични формални изисквания. **Публикациите му** съдържат резултати от изследванията му, представляващи научни и научно-приложни приноси, добавящи знания за усъвършенстване на маркетинга като теория и практика в областта на продуктовата политика и директния маркетинг.

Нямам роднински връзки с кандидата, нито съвместни публикации с него. Познавам го добре и го смятам за цялостно изграден и задълбочен академичен кадър, ценен и уважаван в академичната общност.

Въз основа на запознаването с предоставените научни трудове, тяхната значимост, съдържащите се в тях научни и приложни приноси, намирам достатъчни основания да предложа **доц. д-р Красимир Маринов Маринов да**

бъде избран на академичната длъжност „професор на УНСС - София” в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг (управление на маркетинга)“. Убеден съм, че изборът му на академичната длъжност „професор” е заслужен и му пожелавам нови успехи в научните изследвания, както и като преподавател.

Предлагам на уважаемото жури да избере доц.д-р Красимир Маринов за професор.

Член на научното жури: 
(проф. д-р Веселин Иванов Благовев)

2.04. 2021 г.

POSITION

About the candidate for the position of Professor in Professional Field 3.8 "Economics", scientific specialty "Marketing (Marketing Management)", announced by UNWE with Order № 450 /4.03.2021 of the Rector of UNWE

Position by: Prof. Dr. Vesselin Ivanov Blagoev
Higher School of Management

This opinion was prepared in pursuance of Order № 450 / 04.03.2021 of the Rector of UNWE - Sofia for approval of the Scientific Jury for the election of "Professor" in Marketing (Marketing Management), which appointed me a member of The scientific jury, and by decision of the first meeting of the jury, I was appointed to prepare an opinion.

One candidate has submitted documents in the announced competition - Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov Marinov from UNWE.

The documentation presented by the candidate Assoc. Prof. Krasimir Marinov, which is very well completed and complete, complies with the Academic Staff Development Act and the Regulations for implementation of the Academic Staff Development Act of UNWE - Sofia.

1. Presentation of the candidate for participation in the competition

I have known Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov as a lecturer at the University of National and World Economy for about two decades. In recent years we have seen each other many times in the department, as well as in jury participation. As a result of these repeated personal contacts and following his publications, I have a pretty complete picture of him as an academic and author of many monographs, studies, articles and reports. Very briefly, the academic path of Assoc. Prof. Marinov can be presented as follows:

- Doctor of Science, specialty 05.02.26 Marketing (HAC (*Higher Attestation Commission*)) from 2007.
- Consecutively assistant, chief assistant and associate professor in the Department of Marketing and Strategic Planning at UNWE, and since 2018 he has been Deputy Head of the Department.
- Lecturer in various disciplines in bachelor's and master's programs, incl. disciplines "Marketing", "Product Policy", "Product Innovation", "Direct Marketing", "Sales Management" and "Event Marketing".
- He is the author of a number of academic publications, some of which he presents for participation in the competition. They include: two monographs as an author and one as a co-author, 9 articles in scientific journals, incl. 4 in English, incl. one in Web of science and 5 in Bulgarian, author or co-author of three textbooks, 10 reports at scientific conferences, incl. 5 in English and 5 in Bulgarian.
- He has participated in 8 educational projects, leading 4 of them.
- He supervised three doctoral students who successfully defended in 2018 and 2019.
- In the last 5 years there are over 2800 hours of classroom employment, incl. about 2550 hours of lectures and about 350 hours of exercises.
- Holds various management positions in companies, incl. Marketing Director in NN Group (pension insurance and life insurance) since 2005 and currently, Marketing Director of Alen Mak AD (2003-2005). As I mentioned above, since 2018 he has been acting as Deputy Head of the Department of Marketing and Strategic Planning.
- Fluent in English and Russian, which allows him to follow the scientific literature in the areas of his academic interests.

All the above explains the indisputable academic and managerial authority of Assoc. Prof. Marinov in his capacity as a candidate for "professor" - both among colleagues and students.

2. Professional characteristics of the candidate

As I mentioned above, Assoc. Prof. Krasimir Marinov works on a basic employment contract and full-time employment at UNWE. To this must be added his

activity as a manager in the NN Group. In combination with the presented set of publications for participation in the competition, these facts build his profile of a worthy candidate for the academic position of "professor".

3. Quality assessment according to the normative criteria and indicators

According to the Regulations for Acquisition of Scientific Degrees and for Occupying Academic Positions at UNWE - Sofia and the Law for Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria, the candidates for the academic position "Professor" are evaluated by a set of criteria and indicators.

Taking into account the adopted legal and additional requirements of the Rules of UNWE - Sofia, the following is valid for the candidate:

(a) It meets the following **basic conditions** (Article 34. (amended by decision of the AC (*Academic Council*) № 3 / 10.07.2013):

1. acquired the educational and scientific degree "Doctor"
2. has held the academic position of "Associate Professor" at the University of National and World Economy or at an accredited university or scientific organization for more than two years
3. has submitted a published monographic work or equivalent publications in specialized scientific journals, which do not repeat the presented in obtaining the educational and scientific degree "Doctor", the scientific degree "Doctor of Science" and the academic position "Associate Professor".
4. has presented other original research papers

I share the opinion that according to the normative criteria and indicators for evaluation of the teaching and research work the candidate **exceeds the minimum requirements**. I judge for this on the basis of acquaintance with the works of the candidate and on the basis of the Card for fulfillment of the academic requirements for holding the position of professor. The analysis of the data shows that the candidate for professor is very convincing with the presented evidence for his research work.

4. Quantitative evaluation according to the criteria and indicators for the research activity

According to the adopted Law and Regulations, the candidates for the academic position "Professor" are evaluated by a set of criteria and indicators for research. Among the publications submitted for the competition are the following:

Monographs and articles

- Development of new products in Bulgarian companies: Status and challenges (2019),
- Product policy
- Direct Marketing (2015)
- Product innovation - determinants of success (2020)
- Product Policy of Bulgarian Companies in Times of Economic Crisis (2015)
- Price-Setting Practices For New Product Introductions: Evidence From Bulgaria (2017).

They are all very good from a scientific point of view and useful for real practice. Among them I will mention the two textbooks - Product Policy and Direct Marketing, which have an indisputable value in the educational process, which is essential for the position of professor.

Reports at scientific conferences.

All reports submitted for review are related to the profile of the competition. They comment on and clarify key issues of our theory and practice of marketing management.

I accept all submitted for review as sufficiently relevant to the competition for "professor" at UNWE for the following reasons:

- they prove a very high degree of knowledge of the methodology and research methodology in the field for which he is applying - marketing (marketing management) in the part product policy and Direct marketing;
- are based on serious research that takes place in the teaching activities of the candidate at UNWE and other universities.
- They show and prove the academic growth of Assoc. Prof. Krasimir Marinov to a high scientific level. In the monographs, articles and reports

interesting new moments for the theory and practice of marketing in product policy and direct marketing are developed.

- The presented scientific publications contain original author's achievements, which are a personal product of the author. All submitted published papers are peer-reviewed.

Based on the above, I confirm that Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov covers the required quantitative and qualitative indicators for the selection of the position for which he is applying for this competition.

5. Contributions to scientific research

As already mentioned above, the candidate's scientific contributions in his personal and collective publications can be subdivided into several important areas related to the competition for a professor of marketing management (according to the traditional arrangement for such reviews):

5.1. Further development and refinement of marketing theory in the field of product policy and direct marketing.

5.2. Due to the combination of academic activity and practical management in the field of marketing in the company Marinov successfully justifies the possibility and the need for application of the marketing concept in the part of product policy and direct marketing.

5.3. Justification of the difference and the interrelation between strategic and tactical marketing management in the part of product policy.

5.4. Full courses on "Product Policy" and "Direct Marketing" have been developed.

In their entirety and internal connection, the scientific achievements of Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov can be attributed to the groups "enrichment of existing knowledge" and "application of new scientific achievements in practice", as well as obtaining new data and facts about studied economic objects, in particular of strategic business units.

Based on what has been said under item 5, I am of the opinion that the publications submitted by the candidate for participation in the competition cover the

profile of the announced competition for Professor of Marketing Management and are sufficient in content and quantity to hold this position. The selected areas for research and development meet the need for teaching in the specified scientific specialty.

6. Characterization of the academic fame of the candidate

Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov is known for his in-depth knowledge, experience and ideas in the field of marketing management in the field of product policy and direct marketing, as well as an administrator in the field in which he continues to work.

7. Critical remarks and recommendations

In the spirit of positive scientific criticism, I would point out the following: In my opinion, Assoc. Prof. Marinov should take responsibility for more publications that are available to users outside Bulgaria, especially with publications in Scopus and Web of Science. Such an academic exchange of research / publications enriches the academic activity and the practical management in the real business.

CONCLUSION

Based on all the above, I fully support the candidacy of Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov in the competition for the academic position of "Professor" of Marketing (Marketing Management) at UNWE. I am convinced that it meets the accepted recommended scientific and scientometric formal requirements. **His publications** contain the results of his research, representing scientific and applied scientific contributions, adding knowledge to improve marketing as a theory and practice in the field of product policy and direct marketing.

I have no family ties with the candidate, nor joint publications with him. I know him well and I consider him to be a fully developed and in-depth academic staff, valuable and respected in the academic community. Based on the acquaintance with the submitted scientific papers, their significance, the scientific and applied

contributions contained in them, I find sufficient grounds to propose **Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov Marinov to be elected to the academic position "Professor of UNWE - Sofia" in the field of higher education 3. "Social, economic and legal sciences", professional field 3.8 "Economics", scientific specialty "Marketing (marketing management)"**. I am convinced that his choice of the academic position of "professor" is deserved and I wish him new success in research and as a lecturer.

I propose to the esteemed jury to choose Assoc. Prof. Dr. Krasimir Marinov as a professor.

Member of the scientific jury:



(Prof. Dr. Vesselin Ivanov Blagoev)

April 2, 2021