



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

СТАНОВИЩЕ

От: проф. д-р Христо Иванов Катранджиев, УНСС
научна специалност: Маркетинг

Относно: конкурс за Доцент по научна специалност Маркетинг (продажбени промоции), професионално направление 3.8. Икономика в УНСС

1. Информация за конкурса

Конкурсът е обявен за нуждите на Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на Факултет „Управление и администрация“ на УНСС съгласно Решение на АС №4/26.06.2024 г. Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед №2942/15.10.2024 г. на Заместник-ректора по НИД на УНСС.

2. Информация за кандидата в конкурса

Единствен кандидат в обявения конкурс е главен асистент д-р Елена Костадинова.

Кандидатът завършва средното си образование през 2001 г. в Първа английска езикова гимназия – град София. От 2001 г. до 2005 г. е студент в бакалавърска степен в УНСС, специалност „Икономика на индустрията“. През 2007 г. получава магистърска степен по „Международни икономически отношения“ със специализация „Управление на международни проекти“ от УНСС, а от 2013 г. е доктор по научната специалност „Маркетинг“ към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ в УНСС. От 2016 г. кандидатът заема длъжността „главен асистент“ в Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС.

В своето професионално развитие, главен асистент д-р Елена Костадинова има участия в проекти както в сферата на бизнеса, така и в нестопанския сектор.

3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност Доцент

Главен асистент д-р Елена Костадинова е представила Справка за изпълнение на минималните Национални изисквания за заемането на академичната длъжност „Доцент“, както и на специфичните количествени и качествени изисквания на УНСС.

По отношение на **количествените изисквания** за заемане на академичната длъжност „Доцент“ в УНСС, видно от представената карта, главен асистент Костадинова изпълнява както нормативните изисквания на закона, така и вътрешните количествени и качествени изисквания на УНСС. Изпълнени са всички национални минимални изисквания. Защитен е дисертационен труд на тема „Пазарна или бранд сегментация“ по научна специалност „Маркетинг“. Публикувана е самостоятелна монография със заглавие „Специфики на маркетинга на организациите с нестопанска цел“. Освен монографията, кандидатът е представил също така 1 самостоятелен учебник по темата на конкурса, 1 книга на базата на дисертационен труд, 2 глави от колективно монография, 3 статии, публикувани в научни издания, 2 от които реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация и 3 доклада от научни конференции. Представените доказателства свидетелстват, че кандидатът набира 1090 точки по националните изисквания (при минимум от 400 точки) и 1 351 точки (при изискуеми 320 точки), по отношение допълнителните изисквания на УНСС.

Според представената Справка за изпълнение на **качествените изисквания** за заемане на академичната длъжност „доцент“ и представените доказателства, главен асистент д-р Елена Костадинова има постижения по четирите качествени показатели, което демонстрира приноса на кандидата към утвърждаването на доброто име на УНСС.

4. Оценка на учебно-преподавателската дейност

Главен асистент д-р Костадинова има над петнадесетгодишен опит като преподавател в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ при Факултет „Управление и администрация“, като е видно, че през последните седем учебни години д-р Костадинова изпълнила аудиторна заетост от 3156 учебни часа (2 435 часа лекции и над 1560 часа упражнения) общо в бакалавърска и магистърска програми, по дисциплините Потребителско поведение, Маркетингови изследвания, Продажбени промоции, Продажбени промоции и брандинг, Маркетинг, Зелен маркетинг, Промоционални програми и кампании и Научна етика. Три от дисциплините кандидатът преподава на английски език.

В същия период главен асистент д-р Елена Костадинова е била гост-преподавател в университети в Берлин, Лисабон и Мадрид.

5. Оценка на представените научни трудове

5.1. Основни направления в изследователската дейност на кандидата

Главен асистент д-р Елена Костадинова е представила следните публикации (10 на брой).

- 1 монография
- 1 книга на базата на защитен дисертационен труд
- 2 глави в колективна монография
- 3 статии, от които 2 статии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в Scopus;
- 3 доклада от научни конференции

Монографията на главен асистент д-р Елена Костадинова изследва приложението на маркетинговата концепция в организациите с нестопанска цел, като представя резултатите от задълбочено многометодно изследване. Основната цел е да се определят ключовите измерения на маркетинговата ориентация в контекста на българския нестопански сектор и да се идентифицират основните пречки пред приложението на маркетинга за нестопански цели. Предложеният за рецензиране учебник представя в пълнота проблематиката на продажбените промоции и тяхното управление.

Основните изследователски полета на публикациите са: нестопански маркетинг, продажбени промоции и устойчиво потребителско поведение.

5.2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Научните приноси на главен асистент д-р Елена Костадинова могат да бъдат обобщени по следния начин:

Приноси с теоретичен характер:

- Систематизирани са основните причини за ескалацията на продажбените промоции и за това те да бъдат възприемани като „проблемното дете на маркетинга“.
- Въведено, обосновано и операционализирано е понятието „ориентация към въздействие“ като основен тип ориентация при нестопанските организации.
- Систематизирани са теоретичните познания за същността и управлението на продажбените промоции, както и е дадено подробно описание на тяхната механика и влиянието им върху продажбите и ценността на марките.
- Направен е изчерпателен и систематичен преглед на теоретичните основи и емпирични изследвания върху зеленото потребление, който очертава основните направления и подходи в научната литература, което допринася за теоретичното обогатяване на разбирането за устойчивото потребление.

Приноси с научно-приложен характер:

- Идентифицирани са като основни пречки за ефективността на промоциите ограничената прозрачност и сътрудничеството между производителите и големите търговци в България.
- Проведено е изследване, което хвърля светлина върху връзката между промоциите и два от най-съществените проблеми в съвременния маркетинг – маркетинговото късогледство и липсата на измеримост на резултатите от маркетинговите дейности.
- Ориентацията към въздействие е идентифицирана като основно измерение на маркетинговата ориентация на нестопанските организации.

6. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Анализът на научните публикации на главен асистент Костадинова ми дава основание да оценя като значими следните нейни научни приноси: тя обогатява научните знания за приложението на маркетинговата концепция в контекста на организациите с нестопанска цел; разширява разбирането за нагласите и поведението на потребителите спрямо зеленото потребление; и доразвива познанията за връзката между промоциите и ключови проблеми на съвременния маркетинг, като краткосрочния фокус и липсата на измеримост на резултатите от маркетинговите интервенции.

7. Критични бележки и препоръки

Направената до момента оценка за кандидата в конкурса ми дава основание да заявя, че нямам критични забележки. Препоръчвам на главен асистент д-р Елена Костадинова да продължи изследователската си работа в контекста на новите реалности като дигитална трансформация (например онлайн промоционни кампании) и глобални промени (от гледна точка на зеления маркетинг) и др.

8. Заключение

На базата на всичко казано до настоящия момент, заявявам своята ПОЛОЖИТЕЛНА оценка и с убеденост давам препоръката си към Уважаемото Научно жури да подкрепи избора на главен асистент д-р Елена Костадинова на академичната длъжност ДОЦЕНТ на УНСС по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (продажбени промоции)“ за нуждите на Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на Факултет „Управление и администрация“ на УНСС.

16.12.2024 г.
София

проф. д-р Христо Иванов Катранджиев



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

OPINION

From: Prof. Dr. Hristo Ivanov Katrandjiev, UNWE
scientific specialty: Marketing

Subject: competition for Associate Professor in a scientific specialty Marketing (sales promotions), professional field 3.8. Economics at the UNWE

9. Competition information

The competition is announced for the needs of the Department of Marketing and Strategic Planning of the Faculty of Management and Administration of the UNWE in accordance with Decision of the Academic Council No. 4/26.06.2024. I participate in the composition of the scientific jury of the competition in accordance with Order No. 2942/15.10.2024 of the Vice-Rector for Research and Development of the UNWE.

10. Information about the candidate in the competition

The only candidate in the announced competition is Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova.

The candidate completed his secondary education in 2001 at the First English Language School - Sofia. From 2001 to 2005 he was a bachelor's student at the UNWE, majoring in "Industrial Economics". In 2007 he received a master's degree in "International Economic Relations" with a specialization in "International Project Management" from the UNWE, and since 2013 he has been a doctor in the scientific specialty "Marketing" at the Department of "Marketing and Strategic Planning" at the UNWE. Since 2016, the candidate has held the position of "Chief Assistant" at the Department of "Marketing and Strategic Planning" at the UNWE.

In her professional development, Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova has participated in projects in both the business and non-profit sectors.

11. Fulfillment of the requirements for holding the academic position of Associate Professor

Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova has presented a Report on the fulfillment of the minimum National requirements for holding the academic position of "Associate Professor", as well as the specific quantitative and qualitative requirements of the UNWE.

With regard to ***the quantitative requirements*** for occupying the academic position of "Associate Professor" at the UNWE, as evident from the presented map, Chief Assistant Professor Kostadinova fulfills both the regulatory requirements of the law and the internal quantitative and qualitative requirements of the UNWE. All national minimum requirements have been met. A dissertation on the topic "Market or Brand Segmentation" in the scientific specialty "Marketing" has been defended. An independent monograph entitled "Specifics of Marketing of Non-Profit Organizations" has been published. In addition to the monograph, the candidate has also presented 1 independent textbook on the topic of the competition, 1 book based on a dissertation, 2 chapters of a collective monograph, 3 articles published in scientific publications, 2 of which are refereed and indexed in world-renowned databases with scientific information and 3 reports from scientific conferences. The evidence presented shows that the candidate has a score of 1,090 points according to the national requirements (with a minimum of 400 points) and 1,351 points (where 320 points are required) regarding the additional requirements of the UNWE.

According to the submitted Report on the fulfillment of ***the qualitative requirements*** for holding the academic position of "associate professor" and the presented evidence, Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova has achievements in the four qualitative indicators, which demonstrates the candidate's contribution to the establishment of the good name of the UNWE.

12. Evaluation of teaching and learning activities

Chief Assistant Professor Dr. Kostadinova has over fifteen years of experience as a lecturer in the Department of Marketing and Strategic Planning at the Faculty of Management and Administration, as it is evident that over the last seven academic years Dr. Kostadinova has completed a total of 3,156 teaching hours (2,435 hours of lectures and over 1,560 hours of exercises) in Bachelor's and Master's programs, in the disciplines Consumer Behavior, Marketing Research, Sales Promotions, Sales Promotions and Branding, Marketing, Green Marketing, Promotional Programs and Campaigns and Scientific Ethics. The candidate teaches three of the disciplines in English.

During the same period, Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova was a guest lecturer at universities in Berlin, Lisbon and Madrid.

13. Evaluation of the submitted scientific papers

13.1. Main areas of the candidate's research activity

Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova has presented the following publications (10 in total).

- 1 monograph
- 1 book based on a defended dissertation
- 2 chapters in a collective monograph
- 3 articles, of which 2 articles published in scientific journals, refereed and indexed in Scopus ;
- 3 scientific conference reports

The monograph by Senior Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova explores the application of the marketing concept in non-profit organizations, presenting the results of an in-depth multi-method study. The main goal is to determine the key dimensions of marketing orientation in the context of the Bulgarian non-profit sector and to identify the main obstacles to the application of marketing for non-profit purposes. The textbook proposed for review fully presents the issues of sales promotions and their management.

The main research fields of the publications are: nonprofit marketing, sales promotions, and sustainable consumer behavior.

13.2. Evaluation of the obtained scientific and applied scientific results

The scientific contributions of Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova can be summarized as follows:

Theoretical contributions:

- The main reasons for the escalation of sales promotions and their perception as the "problem child of marketing" are systematized.
- The concept of "impact orientation" has been introduced, justified and operationalized as the main type of orientation in non-profit organizations.
- Theoretical knowledge about the nature and management of sales promotions is systematized, as well as a detailed description of their mechanics and their impact on sales and brand value.
- A comprehensive and systematic review of the theoretical foundations and empirical research on green consumption has been conducted, outlining the main directions and approaches in the scientific literature, which contributes to the theoretical enrichment of the understanding of sustainable consumption.

Contributions of a scientific and applied nature:

- The main obstacles to the effectiveness of promotions have been identified as limited transparency and cooperation between manufacturers and large retailers in Bulgaria.
- A study has been conducted that sheds light on the relationship between promotions and two of the most significant problems in modern marketing – marketing myopia and the lack of measurability of the results of marketing activities.
- Impact orientation has been identified as a main dimension of the marketing orientation of nonprofit organizations.

14. Evaluation of scientific and applied scientific contributions

The analysis of the scientific publications of Chief Assistant Professor Kostadinova gives me reason to assess the following scientific contributions as significant: she enriches scientific knowledge about the application of the marketing concept in the context of non-profit organizations; expands the understanding of consumer attitudes and behavior towards green consumption; and further develops knowledge about the relationship between promotions and key problems of modern marketing, such as the short-term focus and the lack of measurability of the results of marketing interventions.

15. Critical notes and recommendations

The evaluation of the candidate in the competition so far gives me reason to state that I have no critical remarks. I recommend Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova to continue her research work in the context of new realities such as digital transformation (for example, online promotional campaigns) and global changes (from the perspective of green marketing), etc.

16. Conclusion

Based on everything said so far, I declare my POSITIVE assessment and with conviction I give my recommendation to the Honorable Scientific Jury to support the election of Chief Assistant Professor Dr. Elena Kostadinova to the academic position of ASSOCIATE PROFESSOR at the UNWE in professional field 3.8. Economics, scientific specialty "Marketing (Sales Promotions)" for the needs of the Department of "Marketing and Strategic Planning" of the Faculty of "Management and Administration" of the UNWE.

16.12.2024
Sofia

Prof. Dr. Hristo Ivanov Katrandzhiev