



## УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

### СТАНОВИЩЕ

От: проф. д-р Красимир Маринов Маринов  
Научна специалност: Маркетинг  
Университет за национално и световно стопанство

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 гл. ас. д-р Елена Костадинова.

Кандидатът в конкурса е роден в София. Средното си образование завършва 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“. Магистърската си степен по „Международни икономически отношения“ със специализация „Управление на международни проекти“ получава през 2007 г., отново от УНСС. В периода 2009 г. - 2013 г. е докторант по Маркетинг в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС.

От 2013 г. е доктор по икономика по научна специалност Маркетинг, а от 2016 г. – главен асистент по Маркетинг в Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС.

В хода на професионалното си развитие в УНСС гл. ас. Костадинова има участие в редица преподавателски мобилности по програма Еразъм+. Извън университета тя има опит в управлението на проекти в областта на консултантските услуги, които насърчават

приобщаващата заетост, както и в европейски програми в полза на хора с увреждания. Заслужава да се отбележи и работата ѝ като изследовател в агенцията за маркетингови изследвания „Прагматика“.

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

Гл. ас. Костадинова е представила справка за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 2б, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ и допълнителните изисквания на УНСС съгласно чл. 2б, ал. 5 от ЗРАСРБ.

По отношение на *количествените изисквания* за заемане на академичната длъжност „Доцент“ в УНСС, видно от представената карта, гл. ас. Костадинова изпълнява както нормативните изисквания на закона, така и вътрешните количествените изисквания на УНСС. Що се отнася до *националните изисквания* гл. ас. Костадинова набира 1090 точки при минимум от 400 точки. При *допълнителните изисквания* на УНСС съгласно ЗРАСРБ (чл.2б, ал.5) и Правилника за приложението му (чл.1а, ал.2-3) преизпълнението отново е отчетливо – кандидатът набира 1 351 точки при изискуеми 320 точки. Общо при количествените изисквания кандидатът превишава повече от 3 пъти необходимия минимум, като набира 2 441 точки.

По отношение на *качествените изисквания* за заемане на длъжността „Доцент“ в УНСС следва да се отбележи, че кандидатът в конкурса демонстрира високи постижения по повечето критерии; постижения, които са оценени от академичния състав на УНСС.

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

От представените за участие в конкурса документи е видно, че гл. ас. Костадинова има сериозен опит като преподавател – главно във водените от нея курсове по бакалавърски и магистърски програми на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, но също така, все по-отчетливо, и в рамките на преподавателските мобилности, реализирани в университети в Лисабон, Мадрид, Берлин.

Гл. ас. Костадинова е автор или съавтор на редица лекционни курсове, в т.ч. „Marketing Research“ и „Consumer Behaviour“, преподавани на английски език в програмата „Marketing and Strategic Planning“, преподавана на английски език, както и на курсовете „Промоционални програми и кампании“, „Продажбени промоции“, „Продажбени промоции и брандинг“, както и курсът по „Marketing Research Methods“ по съвместната магистърска програма Digital Marketing and Transformation между УНСС и Abertay University, по която очакваме обучението на студенти да стартира скоро.

Справката за аудиторната заетост на гл. ас. Костадинова показва, че за последните 7 години тя е водила общо на български и английски език повече от 2 435 часа лекции и над 1560 часа упражнения.

Казаното по-горе ми дава основание да заключа, че гл. ас. Костадинова има необходимите опит и рутина за ангажиментите и отговорностите, свързани с академичната длъжност по настоящия конкурс.

## **5. Оценка на представените научни трудове**

### *5.1. Основни направления в изследователската дейност на кандидата*

Кандидатът участва в конкурса за професор с 12 публикации, разпределени по следния начин:

- монографии, книги и глави от монографии – 4 броя, от които 2 самостоятелни и 2 глави в колективна монография;
- статии – общо 3, от които 2 статии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в Scopus;
- доклади от конференции – 3 броя.

Основните тематични направления в изследователската дейност на гл. ас. Костадинова могат да се систематизират в 3 групи по следния начин:

- Проблеми на зеленото потребление – публикации №7, №8, №10.
- Проблеми на маркетинга на нетърговски организации – публикации №3, №4.
- Проблеми на промоционалните програми в маркетинга – публикации №1, №6.

Обединяващи характеристики на публикациите на гл. ас. Костадинова са поставянето и разглеждането на значими за съвременния маркетинг проблеми, както и тяхното задълбочено и аргументирано диагностициране и анализиране.

### *5.2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати*

Публикациите, представени от кандидата за рецензиране и участие в конкурса, съдържат ясни научни и научно-приложни резултати.

В **теоретичен и методологичен план** е изследвано приложението на маркетинговата концепция в контекста на организациите с нестопанска цел. Установено е, че съществуват препятствия пред приложението на маркетинговата концепция за идеални цели. Въведено е понятието „ориентация към въздействие“, което подчертава ориентацията към дългосрочната социална промяна в дейността на организациите с нестопанска цел

В **научно-приложен план**, на първо място, са получени резултати относно анализа на факторите, които допринасят за това промоциите да бъдат възприемани като

„проблемното дете на маркетинга“. Установено е, че решенията за ценови промоции са до голяма степен инертни, основават се на силно ограничена информация и се използват за поддържане на лидерство по пазарен дял в обем.

На второ място, обогатени са знанията за нагласите и поведението на потребителите в България по отношение на зеленото потребление. Изследвани са важни области като потребление на биопродукти, използване на енергоспестяващи уреди и третиране на отпадъците. Изведени са разлики между заявените нагласи и реалното поведение на потребителите, като тези разлики са концептуализирани като основа за разработване на по-ефективни маркетингови стратегии, насочени към устойчиво потребление.

## **6. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Запознаването с публикациите на гл. ас. Костадинова ми дава основание да приема като значими следните нейни научни приноси:

Първо, обогатени са научните знания за приложението на маркетинговата концепция в контекста на организациите с нестопанска цел.

Второ, разширени са знанията за нагласите и поведението на потребителите по отношение на зеленото потребление.

Трето, доразвити се са знанията за връзката между промоциите и съществени проблеми на съвременния маркетинг като краткосрочния фокус и липсата на измеримост на резултатите от маркетинговите интервенции.

## **7. Критични бележки и препоръки**

Споделената до тук оценка за кандидата в конкурса ми дава основание да отбележа, че нямам критични бележки, а само една препоръка: да продължи с изследванията си в посочените по-горе три основни направления, тъй като и трите са изключително важни и перспективни за съвременния маркетинг.

## **8. Заключение**

Оценката на всички представени материали по конкурса показва, че гл. ас. д-р Елена Костадинова отговаря напълно на изискванията на Закона за развитие на академичния състав, на Правилника за приложението му, както и на допълнителната нормативна уредба на УНСС относно условията и реда за заемане на академични длъжности. Експертиза на кандидата в конкурса ми дава основание да дам положителната си оценка и да гласувам убедено „За“ избора на гл. ас. д-р Елена

**Костадинова за „Доцент“ в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (продажбени промоции)“.**

16.12.2024 г.  
София

проф. д-р Красимир Маринов



## UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

### STATEMENT

From: Prof. Dr. Krasimir Marinov Marinov  
Scientific speciality: Marketing  
University of National and World Economy

Subject: Competition for Associate Professor in Marketing (Sales Promotions),  
professional field 3.8. Economics at the UNWE

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

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 according to the Decision of the Academic Council №4/26.06.2024. I participate in the composition of the scientific jury of the competition according to the Order №2942/15.10.2024 of the Vice-Rector of the UNWE.

#### **2. Information about the candidate in the competition**

The only candidate in the announced competition is Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova.

The candidate was born in Sofia. She completed her secondary education in 2001 at the First English Language School - Sofia. From 2001 to 2005 she was a bachelor's degree student at the UNWE, majoring in Economics of Industry. She received her Master's degree in International Economic Relations with specialization in International Project Management in 2007, again from UNWE. In the period 2009 - 2013 she was a PhD student in Marketing at the Department of Marketing and Strategic Planning of the UNWE.

Since 2013 she has been a PhD candidate in Economics with a specialization in Marketing, and since 2016 - a Senior Assistant Professor in Marketing at the Department of Marketing and Strategic Planning of the UNWE.

In the course of her professional development at the UNWE Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova has participated in a number of Erasmus+ teaching mobilities. Outside the university she has experience in project management in the field of consultancy services that promote inclusive employment, as well as in European programmes in favour of people with

disabilities. Also noteworthy is her work as a researcher at the marketing research agency Pragmatica.

### **3. Fulfillment of the requirements for the academic position of Associate Professor**

Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova has submitted a report on the fulfillment of the minimum national requirements under Art. 2b, para. 2 and 3 of the Law for the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria and the additional requirements of the UNWE under Art. 2b, para. 5 of the Law for the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria.

With regard to the *quantitative requirements* for the academic position "Associate Professor" at the UNWE, according to the presented map, Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova fulfils both the normative requirements of the law and the internal quantitative requirements of the UNWE. As far as the *national requirements are concerned*, Ms. Kostadanova gained 1090 points with a minimum of 400 points. In the case of *the additional requirements* of the UNWE according to the Law for the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria (Article 2b, paragraph 5) and the Regulations for its application (Article 1a, paragraphs 2-3), the overperformance is again clear - the candidate scores 1 351 points against the required 320 points. In total, the applicant exceeds the quantitative requirements by more than 3 times the required minimum, scoring 2 441 points.

With regard to the *qualitative requirements* for the position of Associate Professor at the UNWE, it should be noted that the candidate in the competition demonstrated high achievements in most of the criteria; achievements that were evaluated by the academic staff of the UNWE.

### **4. Evaluation of teaching and learning activities**

It is evident from the documents submitted for participation in the competition that the Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova has serious experience as a lecturer - mainly in the courses she leads in the Bachelor's and Master's programs of the Department of Marketing and Strategic Planning, but also, increasingly, within the teaching mobility realized in universities in Lisbon, Madrid, Berlin.

Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova is the author or co-author of a number of lecture courses, including. "Marketing Research" and "Consumer Behaviour", taught in English in the "Marketing and Strategic Planning" programme, taught in English, as well as the courses "Promotional Programmes and Campaigns", "Sales Promotions", "Sales Promotions and Branding", and the course on "Marketing Research Methods" in the joint master's programme Digital Marketing and Transformation between UNWE and Abertay University, which we expect to start training students soon.

The report on the auditorium employment of Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova shows that for the last 7 years she has taught a total of more than 2 435 hours of lectures and more than 1560 hours of exercises in Bulgarian and English.

The foregoing gives me grounds to conclude that Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova has the necessary experience and routine for the commitments and responsibilities related to the academic position under the current competition.

## **5. Evaluation of submitted scientific works**

### *5.1. Main areas of the candidate's research activity*

The candidate participates in the competition for professor with 12 publications, distributed as follows:

- monographs, books and chapters of monographs - 4 issues, including 2 independent and 2 chapters in a collective monograph;
- articles - 3 in total, including 2 articles published in scientific journals, refereed and indexed in Scopus;
- conference papers - 3.

The main thematic areas in the research activity of the Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova can be systematized in 3 groups as follows:

- Problems of green consumption - publications №7, №8, №10.
- Problems of marketing of non-commercial organizations - publications №3, №4.
- Problems of promotional programs in marketing - publications №1, №6.

Unifying features of the publications of the Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova are the posing and consideration of significant for modern marketing problems, as well as their thorough and argued diagnosis and analysis.

### *5.2. Evaluation of the scientific and applied results obtained*

The publications submitted by the candidate for review and participation in the competition contain clear scientific and applied results.

The application of the marketing concept in the context of not-for-profit organisations is explored theoretically and methodologically. It is found that there are obstacles to the application of the marketing concept for ideal purposes. The concept of 'impact orientation' is introduced, which emphasizes the orientation towards long-term social change in the activities of nonprofit organizations

In applied research terms, firstly, results are obtained on the analysis of the factors that contribute to promotions being perceived as the 'problem child of marketing'. Price promotion decisions are found to be largely inert, based on very limited information and used to maintain market share leadership in volume.



Secondly, the knowledge about the attitudes and behaviour of consumers in Bulgaria regarding green consumption has been enriched. Important areas such as the consumption of organic products, the use of energy saving appliances and waste treatment have been studied. Differences between stated attitudes and actual consumer behaviour are highlighted, and these differences are conceptualised as a basis for developing more effective marketing strategies aimed at sustainable consumption.

## **6. Evaluation of scientific and applied contributions**

Getting acquainted with the publications of Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova's publications gives me a reason to accept the following as her significant scientific contributions:

First, the scientific knowledge of the application of the marketing concept in the context of non-profit organizations is enriched.

Second, knowledge of consumer attitudes and behaviour towards green consumption has been increased.

Third, knowledge about the relationship between promotions and significant problems of modern marketing such as short-term focus and lack of measurability of the results of marketing interventions has been further developed.

## **7. Critical comments and recommendations**

The evaluation of the candidate in the competition shared so far gives me a reason to note that I have no critical remarks, but only one recommendation: to continue with his research in the three main areas mentioned above, as all three are extremely important and promising for modern marketing.

## **8. Conclusion**

The evaluation of all the submitted materials for the competition shows that Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova fully meets the requirements of the Law for the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria, the Regulations for its application, as well as the additional regulations of the UNWE on the conditions and procedure for holding academic positions. **Expertise of the candidate in the competition gives me the reason to give my positive assessment and to vote convincingly "For" the election of Senior Assist. Prof. Dr. Elena Kostadinova for "Associate Professor" in professional field 3.8. Economics, scientific specialty "Marketing (Sales promotions )"**.

16.12.2024 г.  
Sofia

Prof. Dr. Krasimir Marinov