



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

СТ А Н О В И Щ Е

От: доцент, доктор, Мария Петрова Кехайова-Стойчева; Икономически университет – Варна, ПН 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“

Относно: конкурс за **доцент** по научна специалност „Маркетинг (продажбени промоции)“, ПН 3.8 „Икономика“, научна област 3 „Социални, стопански и правни науки“ в УНСС.

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 №4/26.06.2024 г. Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед №2942/15.10.2024 г. на Ректора на УНСС.

2. Кратка информация за кандидатите в конкурса

В настоящия конкурс участва един кандидат – главен асистент, доктор, Елена Антонова Костадинова, УНСС. Д-р Костадинова е дългогодишен член на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“. В течение на годините наблюдавам с интерес развитието ѝ като млад учен в маркетинговата колегия в България. Всички образователни и научна степени са придобити в УНСС. Притежава управленски и експертен опит в проекти, свързани със създаване на работещи модели за насърчаване на приобщаваща заетост и развиване на дигитални компетенции в социалното предприемачество.

3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност

Д-р Елена Костадинова изпълнява напълно, а по някои раздели надхвърля многократно, минималните държавни изисквания за придобиване на академичната длъжност „доцент“, съгласно чл. 26 от ЗРАСРБ и чл. 1а, ал. 1 от ППЗРАСРБ, както и на допълнителните количествени изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“ в УНСС.

Кандидатът по настоящия конкурс участва със защитен дисертационен труд и хабилитационен труд (монография), които са задължителни компоненти, съгласно националните нормативни изисквания и вътрешните актове. Изпълнени са изцяло изискванията за публикационна дейност. В раздел „Цитирания“ участва общо с четиринадесет пъти повече над изискуемите точки (700 точки, при изисквани 50 точки). Почти всички цитирания на кандидата са в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация или в монографии и колективни томове. По отношение на допълнителните количествени показатели за научноизследователска дейност на УНСС са представени доказателства за изпълнение: 1) участия в проекти – 4 проекта (индикатори от група И, допълнителни); 2) аудиторна

заетост (индикатор от група К, допълнителни); 3) разработени лекционни курсове – 6 в съавторство (индикатор от група К, допълнителни); 4) изнасяне на лекции на чужд език (индикатор от група К, допълнителни).

С Протокол №8/15.05.2024 г. Съвета по хабилитация при УНСС установява, че д-р Елена Костадинова отговаря на количествените и качествените изисквания за заемане на академични длъжности в УНСС и дава положително становище относно нейната кандидатура за участие в конкурс за избор на „доцент“.

4. Оценка на учебно-преподавателската дейност за всеки кандидат поотделно

Д-р Костадинова притежава дългогодишен преподавателски опит в областта на промоционалните активности, маркетинговите изследвания и поведението на потребителите. Разработва самостоятелно учебни единици за лекционни и за семинарни занятия за обучение на студенти в ОКС „бакалавър“ и ОКС „магистър“ в редовна и дистанционна форма на обучение.

Имайки предвид представените материали по количествени и качествени индикатори, считам, че кандидатът е напълно готов за заемане на академичната длъжност „доцент“.

5. Кратка характеристика на представените научни трудове/публикации

Кандидатът по настоящия конкурс участва общо с 11 публикации, според мен, тъй като има леки разминавания между приложения списък и отчетени публикации в Картата за изпълнение на минимални държавни изисквания и количествени индикатори за заемане на длъжност „доцент“ в УНСС. Десет от публикациите са научни, а една има учебно методичен характер (в съответствие с допълнителните изисквания на УНСС). Структурата по вид на публикациите може да се обобщи както следва: 1 монография (самостоятелна) и 1 книга по дисертационното изследване; 2 глави от колективни монографии (самостоятелно); 1 студия; 5 статии/доклади и 1 учебник. Студията и една статия са публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в Scopus. Три от публикациите са на английски език.

Участващите в конкурса публикации са напълно достатъчни по брой и обем. Считам, че всички публикации са свързани, пряко или косвено, с тематиката на обявения конкурс. От предоставените връзки към всяка една от публикациите, както и от пълнотекстовите файлове с научната продукция, ясно личи, че са преминали научно рецензиране или са публично обсъждани. След извършена проверка с приложението StrikePlagiarizm, мога да заявя, че научните трудове на кандидата са оригинални и са дело на автора/те.

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

В научните публикации на гл. ас. д-р Елена Костадинова могат да бъдат открити няколко основни постижения с научен и научно-приложен характер, които добавят нови аспекти в съществуващото знание за ролята и значението на търговските промоции, факторите, влияещи върху тях и възможностите за тяхното използване в конкретни ситуации. Приносните моменти могат да бъдат обобщени в следните направления:

- *Приносни моменти с научен характер* – в самостоятелното монографично изследване основният приносен момент е свързан с обогатяване на

разбирането за маркетинговата концепция в нестопанските организации. В рамките на цялостната маркетингова ориентация са изведени и особеностите на маркетинговите комуникации в сектора. Точно тук се открива допирателна с тематичната специфика на настоящия конкурс. В това изследване е концептуализирано ново измерение на маркетинговата ориентация на организациите с нестопанска цел, а именно „ориентация към въздействие“, което е свързано с цели на нестопанските организации да оказват влияние върху обществените нагласи и да постигат устойчиви промени в поведението на целевите групи. Именно в управлението на ориентацията към въздействие на нестопанската организация важно място имат и маркетинговите комуникации.

- *Приносни моменти с научноприложен характер* – съществен приносен момент по отношение на управлението на продажбените промоции се открояват в статия от 2022 г., където са доказани факторите за краткосрочния фокус и липсата на измеримост на резултатите от продажбените промоции в бизнеса. В друга публикация от 2017 г. са изведени предпоставките за ескалация на ценовите промоции, както и краткосрочните и дългосрочни ефекти от тях. Научноприложните приноси по другите теми от интерес на автора са действителни.

В допълнение трябва да се отбележи и факта, че д-р Костадинова е автор на първия по рода си в България учебник по промоционални програми и кампании.

7. Основни критични бележки и препоръки към всеки кандидат поотделно

Нямам бележки и препоръки по участието на Елена Костадинова в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“.

8. Заключение

Всичко изложено дотук ми дава основание да обобщя, че представените от гл. ас. д-р Елена Костадинова научни резултати отговарят в количествено и качествено отношение изискванията за заемане на академичната длъжност „доцент“ съгласно ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и на количествените и качествените индикатори за заемане на академична длъжност „доцент“ в УНСС. Въз основа на това давам **положителна оценка** и предлагам гл. ас. д-р Елена Костадинова да бъде избрана за „доцент“ за нуждите на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ в УНСС.

Дата 5.12.2024 г./ гр. Варна

Подпис: ...

Mariya
Petrova
Kehayova
-
Stoycheva

Digitally signed
by Mariya
Petrova
Kehayova-
Stoycheva
Date:
2024.12.05
23:29:26
+02'00'



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

ATTITUDE OF REVIEWER

Of Assoc. Prof. PhD Maria Petrova Kehayova-Stoycheva; University of Economics – Varna, professional field 3.8 „Economy“, scientific specialty „Marketing“

Concerning: Competition for the academic position Associate Professor in Marketing (Sales Promotions)", PN 3.8 "Economics", Scientific Field 3 "Social, Economic and Legal Sciences" at the UNWE.

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 the UNWE in accordance with Decision of the Academic Council No4/26.06.2024. I am a member of the Scientific Jury of the Competition in accordance with Order No. 2942/15.10.2024 of the Rector of UNWE.

2. Brief information about the candidates in the competition

One candidate – Chief Assistant Professor, Ph.D., Elena Antonova Kostadinova, UNWE, participates in this competition. Dr. Kostadinova is a long-time member of the Department of Marketing and Strategic Planning. Over the years, I have been watching with interest her development as a young scientist at the Marketing scientific circles in Bulgaria. All educational and scientific degrees have been acquired at the UNWE. She has managerial and expert experience in projects related to the creation of working models to promote inclusive employment and develop digital competencies in social entrepreneurship.

3. Fulfillment of the requirements for occupying the academic position

Dr. Elena Kostadinova fully fulfills, and in some sections exceeds many times over, the minimum state requirements for acquiring the academic position of "Associate Professor", according to Art. 2b of the Academic Staff Development Act and Art. 1a, para. 1 of the Regulations for its implementation, as well as of the additional quantitative requirements for occupying the academic position of Associate Professor at the UNWE.

The candidate in this competition participates with a defended dissertation and a habilitation work (monograph), which are mandatory components, according to the national regulatory requirements and internal acts. The requirements for publication activity have been fully met. In the "Citations" section, he participates a total of fourteen times more than the required points (700 points, out of a required 50 points). Almost all citations of the candidate are in scientific journals, refereed and indexed in world-famous databases with scientific information or in monographs and collective volumes. With regard to the additional quantitative indicators for research activity of the UNWE, evidence of implementation has been presented: 1) participation in projects – 4 projects (indicators from group I, additional); 2) classroom occupancy (indicator from group K, additional); 3) developed lecture courses –

6 in co-authorship (indicator from group K, additional); 4) Lectures in a foreign language (indicator from group K, additional).

By Protocol No. 8/15.05.2024 the Habilitation Council at the UNWE establishes that Dr. Elena Kostadinova meets the quantitative and qualitative requirements for occupying academic positions at the UNWE and gives a positive opinion on her candidacy for participation in a competition for the election of Associate Professor.

4. Evaluation of teaching activities

Dr. Kostadinova has many years of teaching experience in the field of promotional activities, marketing research and consumer behavior. Independently develops teaching units for lectures and seminars for training students in the EQD of Bachelor and EQD of Master in full-time and distance learning.

Taking into account the presented materials on quantitative and qualitative indicators, I believe that the candidate is fully ready to occupy the academic position of "Associate Professor".

5. Brief characteristics of the presented scientific papers/publications

The candidate in this competition participated with a total of 11 publications, in my opinion, because there are slight discrepancies between the attached list and the reported publications in the Map for Fulfillment of Minimum State Requirements and Quantitative Indicators for Occupying the Position of Associate Professor at the UNWE. Ten of the publications are scientific and one has an educational methodological nature (in accordance with the additional requirements of the UNWE). The structure by type of publications can be summarized as follows: 1 monograph (independent) and 1 book on the dissertation research; 2 chapters of collective monographs (independent); 1 studio; 5 articles/reports and 1 textbook. The study and one article have been published in scientific journals, refereed and indexed in Scopus. Three of the publications are in English.

The publications participating in the competition are quite sufficient in number and volume. I believe that all publications are related, directly or indirectly, to the subject matter of the announced competition. From the links provided to each of the publications, as well as from the full-text files with the scientific production, it is clear that they have undergone scientific peer review or have been publicly discussed. After checking with the StrikePlagiarism application, I can state that the candidate's scientific works are original and are the work of the author/s.

6. Synthesis of the main scientific and applied scientific contributions

In the scientific publications of Assist. ace. Prof. Dr. Elena Kostadinova, several main achievements of scientific and scientifically applied nature can be highlighted, which add new aspects to the existing knowledge about the role and importance of commercial promotions, the factors influencing them and the possibilities for their use in specific situations. The contribution points can be summarized in the following directions:

- *Contribution moments of a scientific nature* – in the independent monographic research, the main contribution point is related to the enrichment of the understanding of the marketing concept in non-profit organizations. Within the framework of the overall marketing orientation, the specifics of marketing communications in the sector are also deduced. It is here that a tangent with the

thematic specifics of the current competition is found. This study conceptualizes a new dimension of the marketing orientation of non-profit organizations, namely "impact orientation", which is related to the goals of non-profit organizations to influence public attitudes and achieve sustainable changes in the behavior of target groups. It is in the management of the impact orientation of the non-profit organization that marketing communications also have an important place.

- Contribution moments of a scientifically applied nature – a significant contribution point in terms of sales promotion management are highlighted in an article from 2022, where the factors for the short-term focus and the lack of measurability of the results of sales promotions in business are proven. Another publication from 2017 outlines the prerequisites for the escalation of price promotions, as well as their short-term and long-term effects. Scientific and applied contributions on other topics of interest to the author are valid.

In addition, it should be noted that Dr. Kostadinova is the author of the first textbook of its kind in Bulgaria on promotional programs and campaigns.

7. Key critical notes and recommendations

I have no notes and recommendations on the participation of Elena Kostadinova in the competition for the academic position of "Associate Professor".

8. Conclusion

All of the above gives me a reason to summarize that the presented by Ch. Ass. Prof. Elena Kostadinova, PhD, meet in quantitative and qualitative terms the requirements for occupying the academic position of Associate Professor according to the Academic Staff Development Act and the Quantitative and Qualitative Indicators for Occupying the Academic Position of Associate Professor at the UNWE. Based on this, I give a positive assessment and propose Ch. Ass. Prof. Elena Kostadinova, PhD to be elected as an Associate Professor for the needs of the Marketing and Strategic Planning Department at the UNWE.

5.12.2024 / Varna

Signature:

Mariya
Petrova
Kehayova
-
Stoycheva

Digitally
signed by
Mariya Petrova
Kehayova-
Stoycheva
Date:
2024.12.05
23:30:29
+02'00'