



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

С Т А Н О В И Щ Е

От: Проф. д-р Мариана Кирилова Янева; Университет за Национално и Световно Стопанство,

Научна специалност Икономика и управление (Туризм)

Относно: конкурс за доцент по научна специалност „Икономика и управление (Бранд мениджмънт и реклама в туризма)“

1. Информация за конкурса

Настоящият конкурс е обявен за нуждите на катедра „Икономика на туризма“ на УНСС, съгласно Решение на АС № 3/26.06.2025г.

Участвам в състава на научното жури съгласно Заповед № 3130./7.10.2025 г. на Ректора на УНСС.

2. Кратка информация за кандидатите в конкурса

В конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“ в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (Бранд мениджмънт и реклама в туризма)“ участва само един кандидат – гл. ас. д-р Светослав Матеев Калейчев.

Той завършва ОКС Бакалавър, специалност „География“ през 2003 в ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград. През 2007 г. завършва и специалност „Туризм“ в ОКС Магистър, отново в ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград. В периода 2011-2014 г. се обучава като докторант в катедра „Туризм“ към ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград. През 2014 г. защитава успешно дисертационен труд на тема „Елитарен туризм“ и придобива образователната и научна степен „доктор“ по Икономика и управление (Туризм).

Гл. ас. д-р Калейчев започва научната си кариера в УНСС през 2017 г., като асистент в катедра „Икономика на туризма“. От 2018 г. заема академичната длъжност „Главен асистент“. От 2019 г. е избран за научен секретар на катедра „Икономика на туризма“ при факултет „Икономика на инфраструктурата“ към УНСС. Владее английски и руски език.

Гл. ас. д-р Светослав Калейчев притежава и значителен практически опит в областта на туризма, като 15 години управлява високо категорийни сезонни хотели в България.

3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност

3.1 Изпълнение на количествените изисквания.

Кандидатът в конкурса – гл. ас. д-р Светослав Калейчев преизпълнява минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“, определени от Минималните национални изисквания, като при минимален праг от 400 точки, гл. ас. д-р Калейчев реализира общо 528,5 точки в раздел I от количествената карта, включващ групи А+Б+В+Г+Д+Е.

Изпълнени са също и допълнителните изисквания на УНСС, като при минимален праг от 320 точки, кандидатът отчита 555 точки в раздел II от количествената карта, включващ групи Ж+З+И+К.

Общият брой събрани точки от двата раздела на картата за изпълнение на количествените изисквания е 1083,5, с което надхвърля изискуемия минимум от 720 точки.

3.2 Изпълнение на качествените изисквания

От представената карта за изпълнение на качествените изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“ в УНСС става ясно, че кандидатът е утвърден изследовател с приноси за развитието на туристическата наука.

Свидетелство за това са участията му в 5 проекта, от които 3 международни, 1 национален и 1 университетски. Гл. ас. д-р Светослав Калейчев участва и в колективните органи на управление на УНСС, като е член е на факултетната комисия за насърчаване и оценяване на научноизследователската дейност (ФКНОНИД), Член на Общото събрание на факултет "Икономика на инфраструктурата".

Гл. ас. д-р Калейчев членува в 1 професионална организация. Също така е член е на редколегиите към научни списания „Journal of Tourism, Policy and Business и „Сила систем“.

Кандидатът реализира своя научен опит, чрез консултантска дейност и експертни анализи за организации от туристическия бизнес. Създал е и концепция за ребрандиране на гр. Ловеч, като туристическа дестинация.

Гл. ас д-р Калейчев е участвал активно и при сключването на договор по програма Еразъм+ между УНСС и „Автономен университет – Барселона“ през 2019 г.

Изложеното по-горе ми дава основание да подкрепя изцяло становището на Съвета по хабилитация на УНСС, че кандидатурата на гл. ас. д-р Светослав Калейчев съответства на количествените и качествените изисквания, приети от АС за заемане на академичната длъжност „доцент“ в УНСС (Протокол № 10 / 07.05.2025 г.).

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

Гл. ас. д-р Светослав Калейчев има дългогодишен опит като преподавател и изследовател в катедра „Икономика на туризма“ към УНСС, от които 1 година като асистент и 7 години като главен асистент.

Учебно-преподавателската му натовареност надхвърля необходимия минимум, съгласно Правилника за учебната дейност на УНСС В ОКС „Бакалавър“. За периода 2017-2018 до 2024/2025 (зимен семестър) кандидатът е водил лекционни курсове и упражнения по общо 9 дисциплини: Спа и уелнес туризъм, Основи на туризма, Екскурзоводско обслужване, Продуктово развитие и иновации в туризма, Икономика на туризма, Бранд мениджмънт и реклама в туризма, Управление на събитията в туризма, Естетизация на туристическата среда и Маркетинг в туризма. Освен това, гл. ас. д-р Калейчев, в периода на учебните 2016-2017 до 2024-2025 (зимен семестър), е водил лекции и упражнения на английски език в ОКС Бакалавър по учебните дисциплини Спа и уелнес туризъм, Основи на туризма, Екскурзоводско обслужване, Продуктово развитие и иновации в туризма, Управление на проекти в туризма, Бранд мениджмънт и реклама в туризма, Управление на събитията в туризма, Естетизация на

туристическата среда, Маркетинг в туризма, Хотелиерство и ресторантьорство, Туроператорска и агентска дейност, Културен туризъм и Международен туризъм.

Общата аудиторна заетост на гл. ас. д-р Светослав Калейчев в УНСС е, както следва: лекции - 249 часа на български език и 310 часа на английски език; упражнения - 1444 часа български език и 420 часа на английски език в ОКС „Бакалавър“.

В преподавателската си дейност гл. ас. д-р Светослав Калейчев прилага различни съвременни методи на преподаване. Участва във всички форуми, организирани от катедра „Икономика на туризма“, като създава контакти между бизнеса и академичните среди. Също така, взема дейно участие в разработването и утвърждаването на социалните канали на катедра „Икономика на туризма“ към УНСС.

Всичко това ми дава основание да обобщя, че учебно-преподавателската дейност на гл. ас. д-р Светослав Калейчев е категорично свързана с предмета на конкурса, а натрупаният преподавателски опит напълно отговаря на изискванията за заемане на академичната длъжност „доцент“ по научна специалност „Икономика и управление (Бранд мениджмънт и реклама в туризма)“ в УНСС.

5. Кратка характеристика на представените научни трудове/публикации

За участие в конкурса гл. ас. д-р Светослав Калейчев е представил списък с 25 научни трудове. Предложените за становище научни трудове включват:

- 1 монография – самостоятелна, представена като хабилитационен труд;
- 1 книга, публикувана на базата на защитен дисертационен труд – самостоятелна;
- 2 статии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация – в съавторство;
- 7 статии, публикувани в не реферирани списания с научно рецензиране (от които 4 самостоятелни и 3 в съавторство);
- 8 доклада, публикувани в редактирани колективни томове (от които 4 самостоятелни и 4 в съавторство);
- 3 студии в съавторство, от тях 1 е публикувана в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни, а 2 са публикувани в не реферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове;
- 2 публикувани глави от колективна монография в съавторство, 1 от които публикувана в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация;
- университетско учебно помагало – 1.

От всички публикации на гл. ас. д-р Калейчев прави впечатление, че 17 са на английски език и 8 на български език. Голяма част от публикациите на кандидата са цитирани в разработките на други изследователи, което отразява положително възприемане на тезите и резултатите от научните му изследвания.

Висока оценка заслужава монографията на кандидата „Туристически брандинг и дигитални технологии“, която е заявена и като хабилитационен труд. В него се изследва взаимодействието между туристическия брандинг и дигиталните технологии, което, според автора, е най-ефективната стратегия за представяне, позициониране и предлагане на реално съществуващите туристически продукти и услуги на съвременния туристически пазар. Също така, според гл. ас. д-р Калейчев дигиталните технологии,

разглеждани в контекста на туристическия брандинг, следва да бъдат възприемани като технологии, насочени към преоткриване на клиентското изживяване.

Като съавтор на общи публикации по реализиран от наш екип проект по ФНИ, в настоящото становище не включвам рецензиране на публикации № 18 и 19 от списъка с публикации по конкурса, представени от кандидата.

Изследователската дейност на гл. ас. д-р Светослав Калейчев е концентрирана в 3 основни тематични направления:

1) Бранд мениджмънт в туризма: (публикации № 1, 4, 6, 13, 14, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 25);

2) Маркетинг и реклама в туризма: (публикации № 2, 3, 7, 8, 11, 12, 15, 20);

3) Иновации в туризма: (публикации № 5, 9, 10, 16, 24).

Представените за участие в конкурса за академичната длъжност „доцент“ публикации на кандидата са цитирани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни 6 пъти и в монографии и колективни томове с научно рецензиране – 3 пъти.

Кандидатът за заемане на академичната длъжност „доцент“ е взел участие в научноизследователска мобилност по програма Еразъм+, като гост преподавател в Автономен университет Барселона през 2018 г.

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

Направеният анализ на приложените разработки представят гл. ас. д-р Светослав Калейчев като много добър изследовател в областта на бранд мениджмънта и рекламата в туризма.

На тази основа потвърждавам и заявените от кандидата приноси. Те са обосновани, теоретично валидни и практически полезни резултати, които обогатяват знанието по изследваната тематика.

Те могат да бъдат обобщени, както следва:

- **Бранд мениджмънт в туризма.** Изведени са основните елементи на туристическия брандинг с предложен модел за неговото усъвършенстване и с приложението му с дигиталните технологии в българския туризъм. Определени са ползите от бранд мениджмънта за високо категорийните хотели в България, както и ролята му като специфична асоциативна концепция в туризма.
- **Маркетинг и реклама.** Представена е практико-приложната роля на съвременните концепции Маркетинг 4.0 и Маркетинг 5.0 за туристическата индустрия. Анализирани са добрите практики в маркетинга и рекламата на туристическите обекти. Изведена е ролята на Маркетинговите организации на дестинациите за съвременната туристическа индустрия, с предизвикателствата пред туристическите организации.
- **Иновации в туризма.** Анализирани е ефектът от иновациите в областта на високо категорийното хотелиерство в България, като е открояна ролята на роботизацията, като съвременен способ за привличане на туристи. Определена е ролята на дигитализацията, като носител на иновации и икономически растеж. Но са представени и негативните ефекти от иновативните в мега проекти в Дубай.

7. **Основни критични бележки и препоръки към всеки кандидат поотделно**
Нямам критични бележки.

8. **Заключение**

Кандидатурата на гл. ас. д-р Светослав Матеев Калейчев за академичната длъжност „доцент“ отговаря напълно на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото прилагане и Правилника за организиране и провеждане на конкурси за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в УНСС. Той притежава безспорни достойнства като преподавател и изследовател, с доказани приноси в научната специалност на конкурса. Всичко това ми дава основание да гласувам „ЗА“ и дам своята **ПОЛОЖИТЕЛНА ОЦЕНКА**, за кандидата в конкурса и с пълна убеденост да подкрепя избора на гл. ас. д-р Светослав Матеев Калейчев за академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (Бранд мениджмънт и реклама в туризма)“ към катедра „Икономика на Туризма“ на УНСС.

Дата / място

Подпис:



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

O P I N I O N

By: Prof. Mariana Kirilova Yaneva, PhD; University of National and World Economy
Scientific field: Economics and Management (Tourism)

Regarding: Competition for the academic position of Associate Professor in the scientific specialty *Economics and Management (Brand Management and Advertising in Tourism)*

1. Information about the competition

The present competition has been announced for the needs of the Department of “Economic of tourism” at UNWE, in accordance with Decision No. 3/26.06.2025 of the Academic Council.

I participate as a member of the scientific jury pursuant to Order No. 3130/7.10.2025 issued by the Rector of UNWE.

2. Brief information about the candidates

Only one candidate is participating in the competition for the academic position of Associate Professor in professional field 3.8. Economics, scientific specialty *Economics and Management (Brand Management and Advertising in Tourism)* – Chief Assistant Professor Svetoslav Mateev Kaleychev, PhD.

He completed a Bachelor's degree in Geography in 2003 at South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad. In 2007, he obtained a Master's degree in Tourism, again at SWU “Neofit Rilski”. During the period 2011–2014, he pursued doctoral studies at the Department of Tourism of the same university. In 2014, he successfully defended his dissertation on the topic “Elite Tourism” and was awarded the educational and scientific degree “Doctor” in Economics and Management (Tourism).

Chief Assistant Dr. Kaleychev began his academic career at UNWE in 2017 as an Assistant Professor at the Department of “Economics of tourism”. Since 2018 he has held the academic position of Chief Assistant Professor. Since 2019 he has elected as Scientific Secretary of the Department of “Economics of tourism” at the Faculty Economics of Infrastructure at UNWE. He is fluent in English and Russian.

Chief Assistant Dr. Svetoslav Kaleychev also has significant practical experience in the field of tourism, having managed high-category seasonal hotels in Bulgaria for 15 years.

3. Fulfilment of the requirements for holding the academic position

3.1. Fulfilment of quantitative requirements

The candidate, Chief Assistant Dr. Svetoslav Kaleychev, exceeds the minimum national requirements for the position of Associate Professor. With a minimum threshold of

400 points, he achieves 528.5 points in Section I of the quantitative evaluation chart (groups A+B+V+G+D+E).

He also meets the additional requirements of UNWE. With a minimum threshold of 320 points, the candidate reports 555 points in Section II (groups J+Z+I+K).

The total number of accumulated points in both sections is 1083.5, significantly surpassing the required minimum of 720 points.

3.2. Fulfilment of qualitative requirements

According to the presented qualitative evaluation chart for the position of Associate Professor at UNWE, the candidate is an established researcher with contributions to the development of tourism science.

He has participated in five research projects, including three international, one national, and one university project. Chief Assistant Dr. Kaleychev is also involved in collective governing bodies at UNWE, including the Faculty Committee for the Promotion and Evaluation of Research Activities and the General Assembly of the Faculty of Infrastructure Economics.

He is a member of one professional organization, and he member of the editorial boards of the scientific journals *Journal of Tourism, Policy and Business* and *Sila System*.

The candidate applies his academic expertise by providing consulting services and expert analyses for organizations in the tourism sector. He has developed a rebranding concept for the city of Lovech as a tourist destination.

Chief Assistant Dr. Kaleychev also played an active role in the signing of an Erasmus+ agreement between UNWE and the Autonomous University of Barcelona in 2019.

The above gives me grounds to fully support the opinion of the UNWE Habilitation Council that the candidate meets the quantitative and qualitative requirements adopted by the Academic Council for the position of Associate Professor (Protocol No. 10/07.05.2025).

4. Evaluation of teaching activities

Chief Assistant Dr. Kaleychev has many years of teaching and research experience at the Department of “Economics of tourism” at UNWE—one year as Assistant Professor and seven years as Chief Assistant Professor.

His teaching workload exceeds the minimum requirements of the UNWE regulations. Between academic years 2017–2018 and 2024–2025 (winter semester), he has taught lecture courses and seminars in 9 disciplines, including: Spa and Wellness Tourism, Fundamentals of Tourism, Tour Guiding Services, Product Development and Innovation in Tourism, Tourism Economics, Brand Management and Advertising in Tourism, Event Management in Tourism, Aestheticization of the Tourism Environment, and Tourism Marketing.

Additionally, during academic years 2016–2017 to 2024–2025 (winter semester), he taught the same or similar disciplines in English in the Bachelor’s degree program.

His total teaching workload includes 249 lecture hours in Bulgarian, 310 lecture hours in English, 1444 seminar hours in Bulgarian, and 420 seminar hours in English.

In his teaching activities, Senior Assistant Professor Dr. Svetoslav Kaleychev applies various modern teaching methods. He participates in all forums organized by the Department Economics of tourism, creating contacts between business and academia. He also takes an active part in the development and establishment of the social channels of the Department Economics of tourism at the UNWE.

All this gives me reason to summarize that the teaching and learning activities of Senior Assistant Professor Dr. Svetoslav Kaleychev are categorically related to the subject of the competition, and the accumulated teaching experience fully meets the requirements for occupying the academic position of "associate professor" in the scientific specialty "Economics and Management (Brand Management and Advertising in tourism)" at the UNWE.

5. Brief description of submitted scientific works

Chief Assistant Dr. Kaleychev submitted 25 scientific works, including:

- 1 monograph (habilitation work)
- 1 book based on his doctoral dissertation
- 2 articles in internationally indexed journals (co-authored)
- 7 articles in peer-reviewed but non-indexed journals (4 authored, 3 co-authored)
- 8 conference proceedings (4 authored, 4 co-authored)
- 3 studies (1 in indexed journals; 2 in non-indexed journals or edited volumes)
- 2 co-authored book chapters (1 indexed)
- 1 university teaching book

A notable portion of his publications is in English (17), with the remaining 8 in Bulgarian. Many of his works have been cited by other researchers.

The monograph *Tourism Branding and Digital Technologies* deserve high recognition, as it thoroughly examines the interaction between tourism branding and digital technologies.

As a co-author of works from a joint Research fund project, I exclude from my review publications No. 18 and 19 from the given list with publications from the candidate.

His research contributions fall into three major areas:

1) Brand management in tourism: (publications No. 1, 4, 6, 13, 14, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 25);

2) Marketing and advertising in tourism: (publications No. 2, 3, 7, 8, 11, 12, 15, 20);

3) Innovations in tourism: (publications No. 5, 9, 10, 16, 24).

His publications have been cited 6 times in indexed journals and 3 times in peer-reviewed monographs and edited volumes.

He participated in Erasmus+ academic mobility as a visiting lecturer at the Autonomous University of Barcelona in 2018.

6. Synthesized evaluation of the main scientific and applied contributions of the candidate

The analysis of the submitted works presents Chief Assistant Professor Svetoslav Kaleychev, PhD, as a very capable researcher in the field of brand management and advertising

in tourism. On this basis, I confirm the contributions stated by the candidate. They are well-substantiated, theoretically valid, and practically useful results that enrich the existing knowledge on the researched topic.

They can be summarized as follows:

- **Brand Management in Tourism.** The main elements of tourism branding have been identified, along with a proposed model for its improvement and its application through digital technologies in Bulgarian tourism. The benefits of brand management for high-category hotels in Bulgaria have been defined, as well as its role as a specific associative concept in tourism.
- **Marketing and Advertising.** The practical application of the modern concepts Marketing 4.0 and Marketing 5.0 for the tourism industry is presented. Good practices in the marketing and advertising of tourism establishments are analyzed. The role of Destination Marketing Organizations for the modern tourism industry is outlined, along with the challenges faced by tourism organizations.
- **Innovations in Tourism.** The impact of innovations in the field of high-category hospitality in Bulgaria is analyzed, highlighting the role of robotization as a modern tool for attracting tourists. The role of digitalization as a driver of innovation and economic growth is identified, while the negative effects of innovative mega-projects in Dubai are also presented.

7. Critical comments and recommendations

I have no critical remarks.

8. Conclusion

The candidacy of Chief Assistant Dr. Svetoslav Mateev Kaleychev fully complies with the requirements of the Bulgarian Law on the Development of Academic Staff, its regulations, and UNWE's internal rules. He possesses unquestionable merits as a lecturer and researcher, with proven contributions in the specialty of the competition. Therefore, I vote **YES** and give my **POSITIVE EVALUATION**, supporting the selection of Chief Assistant Dr. Svetoslav Mateev Kaleychev for the academic position of **Associate Professor** in professional field 3.8. Economics, scientific specialty *Economics and Management (Brand Management and Advertising in Tourism)* at the Department “Economics of Tourism” at UNWE.

Date / Place

Signature: