



РЕЦЕНЗИЯ

От: **проф. д-р Марияна Върбанова Божинова**
Научна специалност Икономика и управление
Стопанска академия „Д. А. Ценов” - Свищов

Относно: конкурс за заемане на академичната длъжност **„доцент“** по професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност „Икономика и управление (бренд мениджмънт и реклама в туризма)“ в УНСС

1. Информация за конкурса

Конкурсът е обявен в ДВ, бр. 65/08.08.2025 г. за нуждите на катедра „Икономика на туризма“ при факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС, съгласно Решение на АС №3/25.06.2025 г. Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед №3130/07.10.2025 г. на Ректора на УНСС.

2. Кратка информация за кандидата в конкурса

В обявения конкурс участва единствен кандидат – гл. ас. д-р Светослав Матеев Калейчев, преподавател в катедра „Икономика на туризма“ от 2017 г.

Светослав Калейчев е завършил спец. „География“ в ОКС „бакалавър“ през 2003 г. и ОКС „магистър“ по специалност „Туризм“ през 2007 г. в ЮЗУ „Неофит Рилски“ - Благоевград, а през 2014 г. придобива ОНС „доктор“ по научната специалност „Икономика и управление (туризм)“ в същия университет. Провел е научна специализация в сферата на туризма в Токайския университет (Япония), през периода октомври 2012-февруари 2013 г.

Кандидатът по конкурса последователно заема академичните длъжности асистент и главен асистент от 2017 г. до момента. Гл. ас. д-р Светослав Калейчев, от 2019 г. до момента, е научен секретар на катедра „Икономика на туризма“. Член е на Факултетната комисия за насърчаване и оценяване на научноизследователската дейност към факултет „Икономика на инфраструктурата“ при УНСС (от 2020 г.).

Светослав Калейчев има 7-годишен практически опит на мениджърски длъжности в сферата на туризма (2013-2015 г. в „Перла Турист” АД, Приморско и 2021-2025 г. в хотел „Сиена Палас” 4*, Приморско).

3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност

Гл. ас. д-р Светослав Калейчев е представил доказателствен материал за изпълнение на количествените и качествените изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“ както националните, така и допълнителните на УНСС. Съгласно Протокол №10 от 07.05.2025 г. на Съвета по хабилитация на УНСС, становището на Съвета е **положително**, основаващо се на положителното становище на Комисията по количествените изисквания за заемане на академични длъжности в УНСС, относно кандидатурата на гл. ас. д-р Светослав Калейчев по конкурса.

3.1. Изпълнение на количествените изисквания

Основните резултати от изпълнението на количествените изисквания най-ясно могат да се видят в долупосочената таблица, представляваща обща рекапитулация на публикациите на кандидата по отделни видове и групи:

I	МОНОГРАФИИ 1. Хабилитационен труд – монография 2. Публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор “ 3. Публикувана глава от колективна монография /2 САМОСТОЯТЕЛНИ И 2 В СЪАВТОРСТВО/	1 1 2	4
II	УНИВЕРСИТЕТСКО УЧЕБНО ПОМАГАЛО /1 САМОСТОЯТЕЛНО/	1	1
III	СТУДИИ 1. Публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация /в Scopus и/или Web of Science/ 2. Публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове /3 В СЪАВТОРСТВО/	1 2	3
IV	СТАТИИ 1. Статии, публикувани в научни списания, реферирани и индексирани в Scopus и/или Web of Science /2 В СЪАВТОРСТВО/ 2. Статии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране /4 САМОСТОЯТЕЛНИ И 3 В СЪАВТОРСТВО/	2 7	9

V	ДОКЛАДИ 1. Доклади, публикувани в редактирани колективни томове /4 САМОСТОЯТЕЛНИ И 4 В СЪАВТОРСТВО/	8	8
	ПРОЕКТИ Университетски 2. Национални 3. Международни	1 1 4	6
	ОБЩ БРОЙ ПУБЛИКАЦИИ /8 НА БЪЛГАРСКИ ЕЗИК И 17 НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК/		25

Качеството на научната продукция на кандидата се определя и от цитиранията на неговите публикации – общо *9 броя*. При изискуем минимум от 50 точки, те образуват *120 точки*. Цитиранията му, установени в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация, са 6 (90 т.), а цитиранията в монографии и колективни томове с научно рецензиране – 3 (30 т.). Съобразно Националните минимални изисквания, съгласно ЗРАСРБ (чл.2б) и Правилника за приложението му (чл.1а, ал.1), кандидатите за заемане на академичната длъжност „доцент” по професионални направления в научна област 3. Социални, стопански и правни науки трябва да имат минимум 400 точки, а гл. ас. д-р Калейчев реализира общо *528,5 точки* в раздел I от количествената карта, включващ групи А+Б+В+Г+Д+Е.

Съобразно Допълнителни изисквания за УНСС, съгласно ЗРАСРБ (чл.2б, ал.5) и Правилника за приложението му (чл.1а, ал.2-3), кандидатите за заемане на академичната длъжност „доцент” в УНСС трябва да имат 320 точки, а гл. ас. д-р Калейчев отчита *555 точки* в раздел II от количествената карта, включващ групи Ж+З+И+К. Сумарно от двата раздела изисквания, в раздел I и в раздел II, са необходими 720 точки, а кандидатът в настоящия конкурс има *общо 1083,5 точки*.

Гл. ас. д-р Светослав Калейчев има активна учебна дейност в рамките на представените 8 учебни години по преподавани от него учебни дисциплини. Изпълнената му аудиторна заетост е: 249 ч. лекции на български език и 310 ч. лекции на английски език, от които получава 56 точки, както и 1444 ч. упражнения на български език и 420 ч. упражнения на английски език, от които получава 93 точки или *общо 149 точки* при 100 изискуеми от университета.

3.2. Изпълнение на качествените изисквания

От представените документи по конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент” е видно, че гл. ас. д-р Калейчев има 8-годишен

преподавателски опит в УНСС. Той е утвърден учен, изследовател и преподавател. Гл. ас. д-р Светослав Калейчев активно участва в национални и университетски форуми, а също и в екипите на 6 проекта – 4 международни, 1 национален и 1 университетски. Той участва в организационни комитети по провеждане на 10 научни форума – конференции, кръгли маси, други форуми. Член е на Редакционния съвет на научното и бизнес списание в областта на туризма и туристическата политика - Journal of Tourism, Policy and Business. Участва и в органи на управление в УНСС. Кандидатът членува в Туристическа камара Приморско от 2020 г.

Обобщено за изпълнението на качествените показатели от кандидата по конкурса може да се каже, че научните му публикации са написани на ясен научен език, показват професионална компетентност и съдържат оригинални авторски постижения.

На основа на казаното по-горе потвърждавам, че гл. ас. д-р Светослав Калейчев покрива изискуемите количествени и качествени показатели за избор на длъжността, за която кандидатства в този конкурс.

4. Оценка на учебно-преподавателската дейност

От справката, изготвена от отдел „УДОК” при УНСС, е видно, че за отчетения от нея период кандидатът е водил лекции и упражнения на български и английски език по редица учебни дисциплини: „Бранд мениджмънт и реклама в туризма“, „Продуктово развитие и иновации в туризма“, „Управление на събитията в туризма“, „Международен туризъм“, „Естетизация на туристическата среда“, „Маркетинг в туризма“ и други.

От представените документи проличава активността на гл. ас. д-р Светослав Калейчев в учебната работа чрез участието му в разработването на 1 самостоятелно учебно помагало, а също и на редица учебни курсове и учебни програми за двете ОКС („бакалавър“ и „магистър“) – общо 6 учебни програми, от които 1 – на английски език. Учебното авторско помагало „Маркетинг в туризма“ кореспондира с обявения конкурс.

В обобщение, учебно-преподавателската дейност на кандидата е в пълно съответствие с изискванията на Правилника за организацията и провеждането на конкурси за придобиване на научна степен и за заемане на академични длъжности в УНСС.

5. Обща характеристика на представените научни трудове/публикации

5.1. Основни направления в изследователската дейност на кандидата

По конкурса за „доцент“, гл. ас. д-р Светослав Калейчев е представил 24 научни труда, в т.ч. 4 монографии, от които 2 самостоятелни (едната е свързана с дисертационния труд), 3 студии, от които 1 е индексирана в Scopus/WoS, 9 научни статии, от които 2 индексирани в Scopus/WoS и 8 научни доклада. Към научните трудове не включвам учебното помагало. Разработките на гл. ас. д-р Калейчев нямат доказано по законоустановения ред плагиатство. Представените документи по конкурса включват и декларация на кандидата за оригиналност на научните му трудове и ненакърняване на авторски права.

Основните направления в научноизследователската дейност на кандидата за доцент са изведени в приложената справка за научните приноси и аз ги приемам. В тази връзка основните направления, с номерата на прилежащите към тях публикации от Списъка на публикациите, са систематизирани по следния начин:

1. Бранд мениджмънт в туризма: (№; № 1, 4, 6, 13, 14, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 25)
2. Маркетинг и реклама в туризма: (№; № 2, 3, 7, 8, 11, 12, 15, 20)
3. Иновации в туризма: (№; № 5, 9, 10, 16, 24)

В по-голямата част от публикациите на д-р Светослав Калейчев резултатите са свързани не само с научните постижения, но са и пряко насочени към маркетинга и мениджмънта на туристическите предприятия и дестинации.

5.2. Получени научни и/или научно-приложни резултати.

Резултатите, постигнати от кандидата в конкурса, могат да се представят обобщено в следните по-важни:

1. *Направление „Бранд мениджмънт в туризма“:*
 - Обогаляване на понятийния апарат и концепцията за бранд мениджмънта в туризма, като са изведени основните елементи на туристическия брандинг и са изяснени връзките и зависимостите между бранда и търговската марка.
 - Изясняване на приложните ефекти на дигиталните технологии върху брандинга в българския туризъм.
 - Предлагање на модел за усъвършенстване на туристическия брандинг.
2. *Направление „Маркетинг и реклама в туризма“:*
 - Анализиране на практико-приложната роля на съвременните концепции Маркетинг 4.0 и Маркетинг 5.0 за туристическата индустрия.

- Проучване на добрите практики в маркетинга и рекламата на туристическите обекти.
- Обосноваване на ролята на маркетинговите организации на дестинациите за съвременната туристическа индустрия и установяване на маркетинговите предизвикателства пред туристическите организации.

3. *Направление „Иновации в туризма“:*

- Изследване и установяване на ефекта от иновациите в областта на високо категорийното хотелиерство в България.
- Извеждане на ролята и значението на дигитализацията като носител на иновации и икономически растеж.
- Дискутиране на негативните ефекти от иновативните мега проекти в Дубай.

Посочените резултати не изчерпват всички проучени и анализирани проблеми в публикациите на кандидата, а само маркират по-значимите, според мен, за развитието на икономиката и управлението на туристическия сектор в България.

5.3. Преценка на монографиите като самостоятелен обект на рецензиране

Основният монографичен труд „Туристически брандинг и дигитални технологии“ (193 стр.) има за цел да се изследва взаимодействието между туристическия брандинг и дигиталните технологии, което в условия на световна криза е най-ефективната стратегия за представяне, позициониране и предлагане на реално съществуващите туристически продукти и услуги на съвременния туристически пазар. Темата е безспорно актуална в настоящите условия на дигитална трансформация на различните икономически сектори и бизнеси, включително туристическия, следствие на бурното развитие на ИКТ и изкуствения интелект в света и в България. Монографията е структурирана в три части. Първата част е посветена на съвременния маркетинг и дигиталните технологии, определящи неговата трансформация. Разглеждат се преходът от традиционното към дигиталното – Маркетинг 4.0 и новата парадигма на Маркетинг 5.0. Във втората част се изследват теоретичните основи на туристическия брандинг. Въз основа на критичен анализ на теоретичните постановки на редица учени, се изяснява същността на туристическия брандинг и взаимодействието му с дигиталните технологии. Третата част на монографията е с практико-приложен характер и има висока стойност. Разглеждат се приложните ефекти на дигиталните технологии върху туристическия брандинг, базирани на примери от българския туризъм. Обект на изследване са интернет сайтовете на 87 петзвездни хотела, 59 петзвездни ресторанта и 68 туристически

агенции в България. Анализирани са резултатите от проведеното мащабно емпирично изследване, в резултат на което са формулирани основни изводи и препоръки, адресирани към хотелите, ресторантите и туристическите агенции. Те допринасят за предлагане на авторов модел за усъвършенстване на туристическия брандинг.

От списъка с публикацииите, както и от количествената карта, се установява, че кандидатът представя общо 4 монографии. Едната от тях е книга на базата на защитен дисертационен труд за придобиване на ОНС „доктор“. Монографиите са обвързани с тематичните направления, изведени от гл. т. на разработените проблеми и получените научни и научно-приложни резултати и приноси.

Обобщено може да се твърди, че научната продукция в количествено и качествено отношение е в пълно съответствие с минималните национални изисквания в област 3. „Социални, стопански и правни науки“, съгласно чл. 2б, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ и отговаря напълно на условията за заемане на академичната длъжност „доцент“, съгласно чл. 24, ал 1 от ЗРАСРБ, чл. 53, ал. 1 от ППЗРАСРБ и на Допълнителните изисквания на УНСС.

6. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Представената научна продукция съдържа научни и научно-приложни приноси. Сред по-съществените такива мога да посоча следните, обособени в три направления:

Първо, допълнени са съществуващите знания за съвременния маркетинг в туризма - Маркетинг 4.0 и Маркетинг 5.0, за бранд мениджмънта в туризма, като са изведени основните елементи на туристическия брандинг, взаимодействието между туристическия брандинг и дигиталните технологии, за ролята и значението на дигитализацията като носител на иновации и икономически растеж в сферата на туризма /теоретични научни приноси/.

Второ, предложен и обоснован е авторов модел за усъвършенстване на туристическия брандинг, целящ да предложи съвременна визия на туристическия брандинг, която изцяло да бъде обвързана с динамично развиващите се и повсеместно прилагани дигитални технологии, разработена е методика за селектиране на дигитални инструменти при изследване на интернет сайтове на различни туристически организации /методологични научни приноси/.

Трето, изяснени са приложните ефекти на дигиталните технологии върху брандинга в българския туризъм, въз основа на мащабно емпирично изследване на голям брой петзвездни хотели и ресторанти, и туристически агенции, в

резултат на което са формулирани основни изводи и препоръки, проучени са добри практики в маркетинга и рекламата на туристическите обекти, изследван е ефектът от иновациите в областта на високотехнологичното хотелиерство в България /научно-приложни приноси/.

7. Критични бележки и препоръки

Нямам съществени критични бележки. Препоръките ми към гл. ас. д-р Светослав Калейчев са: да концентрира усилията си към публикуване на научните си изследвания в реферирани научни издания с Импакт фактор и Импакт ранг, индексирани в световните научни бази данни Scopus и Web of Science, да участва в научни форуми в чужбина и да активизира преподавателската си мобилност в чуждестранни университети.

8. Заключение

Гл. ас. д-р Светослав Калейчев участва в конкурса за академичната длъжност “доцент” с достатъчен обем качествени научни трудове и има солиден опит в научно-преподавателската дейност. В научните си изследвания той демонстрира задълбоченост, иновативност и аналитично мислене, и в тях присъстват научни и научно-приложни приноси. Кандидатът напълно отговаря на условията за заемане на академичната длъжност “доцент” по научната специалност “Икономика и управление (бренд мениджмънт и реклама в туризма)”, посочени в чл. 24 от ЗРАСРБ, в чл. 53 от ППЗРАСРБ и в Допълнителните изисквания на УНСС.

Посоченото ми дава основание с увереност да предложа на членовете на научното жури **гл. ас. д-р Светослав Калейчев** да бъде **избран** на академичната длъжност **“ДОЦЕНТ”** в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (бренд мениджмънт и реклама в туризма)“ към катедра „Икономика на туризма“ при УНСС, за което аз ще гласувам **положително**.

16.11.2025 г.

Рецензент:
/проф. д-р М. Божинова/



R E V I E W

By: **Prof. Mariyana Varbanova Bozhinova, PhD**
Scientific specialty "Economics and Management"
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov

Regarding: competition for an **associate professor** in scientific field 3.8. Economics, scientific specialty "Economics and Management (Brand Management and Advertising in Tourism)" at UNWE

1. Information about the competition

The competition was announced in the State Gazette, 65/08.08.2025, for the needs of the Department of Economics of Tourism (Faculty of Infrastructure at UNWE) in accordance with Decision №3/25.06.2025 of the Academic Council of UNWE. I participate in the scientific jury for the competition in accordance with Order No. 130/07.10.2025 of the Rector of UNWE.

2. Brief information about the candidate in the competition

The only candidate in the announced competition is Chief Assistant Professor Dr Svetoslav Mateev Kaleychev, who has been faculty of the Department of Economics of Tourism since 2017.

Svetoslav Kaleychev obtained his bachelor's degree in "Geography" in 2003 and his master's degree in "Tourism" in 2007 at the South-West University "Neofit Rilski" - Blagoevgrad, and in 2014 he acquired the "Doctor" degree in the scientific specialty "Economics and Management (Tourism)" at the same university. He conducted a scientific specialization in the field of tourism at Tokai University (Japan), during the period October 2012-February 2013.

The candidate for the competition has successively held the academic positions of assistant professor and chief assistant professor from 2017 to the present. Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev, from 2019 to the present, is the Scientific Secretary of the Department of Tourism Economics. He is a member of the Faculty Committee for Promotion and Evaluation of Research Activity at the Faculty of Infrastructure Economics at the UNWE (since 2020).

Svetoslav Kaleychev has 7-years of practical experience in management positions in the field of tourism (2013-2015 at "Perla Tourist" AD, Primorsko and 2021-2025 at the "Siena Palace" 4* hotel, Primorsko).

3. Fulfillment of the requirements for holding the academic position

Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev has presented evidence for the fulfillment of the quantitative and qualitative requirements for holding the academic position of associate professor, including the national and the UNWE additional ones. According to Protocol No. 10 of the meeting of the UNWE Habilitation Council dated May 7, 2025, based on the position of the Commission on the quantitative requirements for holding academic positions at UNWE and the presented evidence materials, the Habilitation Council made a decision that the candidate Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev meets the quantitative and qualitative requirements.

3.1. Fulfillment of the quantitative requirements

The main results of the fulfillment of the quantitative requirements can be seen most clearly in the table below which presents an overall recapitulation of the candidate's publications by types and groups:

I.	MONOGRAPHS 1.1.Habilitation monograph 1.2 Published chapter of a collective monograph 1.3.Published monograph based on the candidate's doctoral dissertation /2 AS AN INDEPENDENT AUTHOR AND 2 – IN CO-AUTHORSHIP/	1 2 1	4
II.	UNIVERSITY STUDY AID /AS AN INDEPENDENT AUTHOR/	1	1
III.	STUDIES 1. Published in peer-reviewed scientific journals, indexed in the Scopus and Web of Science 2. Published in peer-reviewed scientific journals, indexed in other scientific databases /3 IN CO-AUTHORSHIP/	1 2	3
IV.	ARTICLES 1. Articles published in peer-reviewed scientific journals, indexed in the Scopus and Web of Science /2 IN CO-AUTHORSHIP/ 2. Articles published in peer-reviewed scientific journals indexed in other scientific databases	2 7	9

	/4 AS AN INDEPENDENT AUTHOR AND 3 - IN CO-AUTHORSHIP/		
V.	PAPERS 1. Papers published in edited collective volumes /4 AS AN INDEPENDENT AUTHOR AND 4 - IN CO-AUTHORSHIP/	8	8
VI.	PROJECTS 1. University 2. National 3. International	1 1 4	6
	TOTAL NUMBER OF PUBLICATIONS /11 AS AN INDEPENDENT AUTHOR and 14 - IN CO-AUTHORSHIP/ /8 IN BULGARIAN and 17 IN ENGLISH/		25

The quality of the candidate's scientific output is also determined by the citations of his publications - a total of 9. This means *120 points* at a required minimum of 50. His citations, established in scientific publications, referenced and indexed in world-renowned databases of scientific information, are 6 (90 items), and citations in monographs and collective volumes with scientific review - 3 (30 items). In accordance with the Act on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria, Art. 2b, and the Regulations for its implementation, Art. 1a, Para. 1, the required minimum for holding the academic position of an associate professor in scientific field 3. Social, economic and legal sciences is 400 points and Chief Assist. Prof. Dr Kaleychev achieved a total of *528.5 points* in section I of the quantitative map, including groups A+B+C+D+E+E.

In accordance with the UNWE Additional requirements, the Act on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria, Art. 2b, Para. 5, and the Regulations for its implementation, Art. 1, Para. 2-3, the required minimum for holding the academic position of an associate professor at UNWE is 320 points and Chief Assist. Prof. Dr Kaleychev scores *555 points* in section II of the quantitative map, including groups G+Z+I+K. In total, 720 points are required from the two sections of requirements, in section I and in section II, and the candidate in this competition has a total of *1083.5 points*.

Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev has an active teaching activity in the disciplines taught according to the presented reference for a 8-year period. His completed classroom work is: 249 hours of lectures in Bulgarian and 310 hours of lectures in English, of which he receives 56 points, as well as 1444 hours of seminars

in Bulgarian and 420 hours of seminars in English, of which he receives 93 points or a total of **149 points** out of 100 required by the university.

3.2. Fulfillment of the qualitative requirements

The documents presented for participation in the competition for an associate professor show that Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev has a 8-year experience as a lecturer at UNWE. He is an esteemed scientist, researcher and lecturer. Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev actively participates in national and university forums, as well as in the teams of 6 projects – 4 international, 1 national and 1 university. He participates in organizing committees for conducting 10 scientific forums – conferences, round tables, other forums. He is a member of the Editorial Board of the scientific and business journal in the field of tourism and tourism policy - Journal of Tourism, Policy and Business. He also participates in governing bodies at the UNWE. The candidate has been a member of the Primorsko Tourist Chamber since 2020.

To sum up and with regard to the fulfillment of the qualitative requirements, it can be said that the candidate's scientific works are written in a clear scientific language. In addition, his works show expertise and contain original author's achievements.

Based on the above, I confirm that Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev meets the quantitative and qualitative requirements for election for the position for which he is applying in this competition.

4. Evaluation of teaching activities

The report prepared by the Study Documentation, Accountability and Control Department at UNWE shows that for the period reported the candidate gave lectures and seminars in Bulgarian and English in a number of academic disciplines: "Brand Management and Advertising in Tourism", "Product Development and Innovation in Tourism", "Event Management in Tourism", "International Tourism", "Aestheticization of the Tourist Environment", "Marketing in Tourism" and others.

The presented documents demonstrate the activity of Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev in educational work through his participation in the development of 1 independent teaching aid, as well as a number of academic courses and curricula for "bachelor" and "master" degree - a total of 6 curricula, of which 1 - in English. The author's teaching aid "Marketing in Tourism" corresponds to the announced competition.

To conclude, the candidate's teaching activities meet the requirements for holding the academic position of associate professor at UNWE.

5. General description of the presented scientific works/publications

5.1. Major strands in the candidate's scientific work

For participation in the competition, Dr Kaleychev has presented 24 scientific works, of which 4 monographs (2 individual ones, 1 based on his doctoral dissertation), 3 studies, of which 1 is indexed in Scopus/WoS, 9 scientific articles, of which 2 are indexed in Scopus/WoS and 8 scientific reports. I do not include the textbook in the scientific works. The developments of Chief Assist. Prof. Dr. Kaleychev have no plagiarism proven in accordance with the statutory procedure. The documents submitted for the competition also include a declaration by the candidate for the originality of his scientific works and non-infringement of copyright.

The main strands in this scientific work are presented in the attached report of the candidate's scientific contributions and I accept them. As for the main strands, they are systematized based on their enumeration in the List of publications and as follows:

1. Brand Management in Tourism (№ № 1, 4, 6, 13, 14, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 25)
2. Marketing and Advertising in Tourism (№ № 2, 3, 7, 8, 11, 12, 15, 20)
3. Innovations in Tourism (№ № 5, 9, 10, 16, 24)

In the majority of Dr. Svetoslav Kaleychev's publications, the results are related not only to scientific achievements, but are also directly aimed at the marketing and management of tourist enterprises and destinations.

5.2. Scientific and/or scientific-applied results

The candidate's achievements can be summarised with a focus on the more important ones as follows:

1. Brand Management in Tourism *strand*:
 - Enrichment of the conceptual framework and concept of brand management in tourism, by highlighting the main elements of tourism branding and clarifying the connections and dependencies between the brand and the trademark.
 - Clarifying the applied effects of digital technologies on branding in Bulgarian tourism.
 - Proposing a model for improving tourism branding.
2. Marketing and Advertising in Tourism *strand*:
 - Analyzing the practical role of the modern concepts of Marketing 4.0 and Marketing 5.0 for the tourism industry.
 - Study of good practices in marketing and advertising of tourist sites.

- Justification of the role of destination marketing organizations for the modern tourism industry and identification of the marketing challenges facing tourism organizations.
3. Innovations in Tourism *strand*:
- Research and identification of the effect of innovations in the field of high-end hospitality in Bulgaria.
 - Demonstrating the role and importance of digitalization as a driver of innovation and economic growth.
 - Discussing the negative effects of innovative mega projects in Dubai.

The enumerated results do not exhaust all issues studied and analysed in the candidate's publications. They just mark the more significant ones, in my opinion, for the development of the economy and management of the tourist sector in Bulgaria.

5.3. *Assessment of the candidate's monographs as an independent subject of review*

The main monographic work "Tourism Branding and Digital Technologies" (193 pages) aims to explore the interaction between tourism branding and digital technologies, which in conditions of global crisis is the most effective strategy for presenting, positioning and offering the actually existing tourism products and services on the modern tourism market. The topic is undoubtedly relevant in the current conditions of digital transformation of various economic sectors and businesses, including tourism, as a result of the rapid development of ICT and artificial intelligence in the world and in Bulgaria. The monograph is structured in three parts. The first part is dedicated to modern marketing and the digital technologies that determine its transformation. The transition from traditional to digital – Marketing 4.0 and the new paradigm of Marketing 5.0 are examined. The second part examines the theoretical foundations of tourism branding. Based on a critical analysis of the theoretical statements of a number of scholars, the essence of tourism branding and its interaction with digital technologies are clarified. The third part of the monograph is of a practical and applied nature and has high value. It examines the applied effects of digital technologies on tourism branding, based on examples from Bulgarian tourism. The object of research is the websites of 87 five-star hotels, 59 five-star restaurants and 68 travel agencies in Bulgaria. The results of the large-scale empirical study have been analyzed, resulting in the formulation of key conclusions and recommendations addressed to hotels, restaurants and travel agencies. They contribute to proposing the author's model for improving tourism branding.

The List of publications and the card for the fulfillment of the quantitative requirements show that the candidate presented 4 monographs. One of the monographs

is based on the candidate's doctoral dissertation. The monographs are tied to the thematic areas derived from the main topic of the developed problems and the obtained scientific and applied scientific results and contributions.

To conclude, it can be said that the candidate's scientific production fully meets the quantitative and qualitative requirements for holding the academic position of associate professor and complies with the minimum national requirements for scientific field 3. Social, economic and legal sciences in accordance with Art. 24, Para. 1, and Art. 2b, Para 2 and 3 of the Act on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria, the Regulations for its implementation, Art. 53, Para. 1, and the UNWE Additional Requirements.

6. Evaluation of the scientific and scientific-applied contributions

The presented scientific production has scientific and scientific-applied contributions. Among the more significant ones, I can mention the following, divided into three strands:

First, the existing knowledge about modern marketing in tourism - Marketing 4.0 and Marketing 5.0, about brand management in tourism has been supplemented, by highlighting the main elements of tourism branding, the interaction between tourism branding and digital technologies, and the role and importance of digitalization as a carrier of innovation and economic growth in the field of tourism /theoretical scientific contributions/.

Second, an author's model for improving tourism branding has been proposed and substantiated, aiming to offer a modern vision of tourism branding, which will be fully linked to the dynamically developing and widely applied digital technologies, a methodology has been developed for selecting digital tools when researching the websites of various tourism organizations /methodological scientific contributions/.

Third, the applied effects of digital technologies on branding in Bulgarian tourism have been clarified, based on a large-scale empirical study of a large number of five-star hotels and restaurants, and travel agencies, as a result of which main conclusions and recommendations have been formulated, good practices in marketing and advertising of tourist sites have been studied, and the effect of innovations in the field of high-end hospitality in Bulgaria has been studied /scientific-applied contributions/.

7. Critical remarks and recommendations

I have no important critical remarks. My recommendations to Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev are: to focus his efforts on publishing his scientific research in

journals with impact factor and impact rank indexed in the world scientific databases Scopus and Web of Science, to participate in scientific forums abroad and to activate its teaching mobility in foreign universities.

8. Conclusion

Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev participates in the competition for holding the academic position of associate professor with a sufficient volume of quality scientific works and has a long-standing experience in research and teaching activity. In his scientific research, he demonstrates insight, innovation and analytical thinking, which is why it has scientific and scientific-applied contributions. The candidate fully meets all requirements specified in Art. 24 of the Act on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria, in Art. 53 of the Regulations for its implementation and in the UNWE Additional Requirements for holding the academic position of ASSOCIATE PROFESSOR in scientific specialty “ECONOMICS AND MANAGAMENT (Brand Management and Advertising in Tourism)”.

I have enough reasons to support the decision to elect **Chief Assist. Prof. Dr Svetoslav Kaleychev** to the academic position of **ASSOCIATE PROFESSOR** in scieitific field 3. Social, economic and legal sciences, professional area 3.8. Economics, scientific specialty “Economics and Management (Brand Management and Advertising in Tourism)” at the Economics of Tourism Department, for which I will vote **positively**.

16.11.2025

Reviewer:

/Prof. M. Bozhinova, PhD/