



РЕЦЕНЗИЯ

От: проф. д. н. Емил Петров Денчев
научна специалност „Приложение на изчислителната техника в икономиката”,
УНСС – София.

Относно: конкурс за **професор** по научна специалност „Социално управление (основи на управлението и бизнес комуникации), научно направление 3.7. Администрация и управление в УНСС.

1. Информация за конкурса

Конкурсът е обявен за нуждите на катедра „Управление“ (протокол № 3/15.10.2019), факултет „Управление и администрация“ (протокол № 1/22/10/2019) на УНСС съгласно Решение на АС № 3/10.07.2019. Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед № 2499/12.11.2019 на Ректора на УНСС.

2. Информация за кандидатите в конкурса

За участие в конкурса се е явил един кандидат - доцент д-р Надя Димитрова Миронова, ръководител катедра „Управление“ в УНСС, факултет „Управление и администрация“.

Надя Миронова е завършила Висш лесотехнически институт - гр. София с образователна степен „Магистър“. От 1997 г. до 2004 г. е асистент в катедра „Управление“ към факултет „Управление и администрация“ на УНСС. От 2004 г. до 2010 г. е главен асистент, а от 2010 г. е доцент към същата катедра. От 2008 г. до 2016 г. е научен секретар на катедра „Управление“. През 2006 г. успешно защитава в УНСС докторска дисертация по „Социално управление“ на тема „Модел за оценка на квалификационно предложение“ и придобива научната степен „доктор“. От 2004 г. е член на Факултетния съвет на факултет „Управление и администрация“ на УНСС. От 2015 г. е заместник декан по учебната дейност на факултет „Управление и администрация“ на УНСС. От 2015 до 2017 е председател на атестационната комисия на факултет „Управление и администрация“ на УНСС. От 2016 г. е ръководител на катедра „Управление“ на УНСС. От 2017 г. е председател на Факултетната комисия по оценяване и одобряване на програмите за обучение на факултет „Управление и администрация“ на УНСС.

Доцент д-р Надя Миронова има натрупан опит и професионални познания в областта на управлението и бизнес комуникациите. Тя чете лекции на бакалаври и магистри. Нейната преподавателска и научно-изследователска дейност показват, че е професионално подготвен университетски преподавател и изследовател, който има научен авторитет и нужните професионални познания за работа със студенти.

3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност

3.1. Изпълнение на количествените изисквания

За участие в конкурса доцент д-р Надя Миронова представя - една самостоятелна научна монография, на тема: „Ефективност на организационните комуникации“, Авангард Прима, София, 2019 г., ISBN 978-619-239-192-8, една монография в съавторство, четири публикувани глави от колективни монографии, два учебника в съавторство – „Основи на управлението“, Авангард Прима, София, 2015 г., ISBN 978-619-160-503-3 и „Управление на човешките ресурси. Система, функции, политики“, Авангард Прима, София, 2015 г., ISBN 978-619-160-512-5, две учебни пособия в съавторство, две студии в съавторство, две статии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация (Scopus и Web of Science), шестнадесет статии и доклади на национални и международни научни конференции, посветени на особеностите на управлението и бизнес комуникациите. Тези публикации са представени в специализирани индексирани научни списания, в т.ч. и на английски език и специализирани научни списания с редколегия. Ръководила е пет докторанта, придобили ОНС „доктор”. Представената от кандидата карта за изпълнение на количествените изисквания показва, че тя надвишава задължителния обем от точки, който се изискват за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „професор“, съгласно ЗРАСРБ (чл. 2б, ал. 5), Правилника за приложението му (чл. 1а, ал. 2-3) и допълнителните изисквания за УНСС.

3.2. Изпълнение на качествените изисквания

Според представената карта доц. д-р Надя Миронова е утвърден изследовател, има професионални позиции и научни приноси. През периода 2001 до 2019 г. е провела 9 курса за обучение на възрастни. Има участие в девет национални и международни научно-изследователски проекти. Разработила е нови лекционни курсове за бакалавърска и за магистърска степен. Има 27 представени цитата, от които девет в монографии и колективни томове с научно рецензиране, девет цитирания, установени в научни издания, реферирани и индексирани в други международни бази данни с научна информация и девет цитирания в неререферирани списания с научно рецензиране.

От 2003 г. до сега е ръководител на екип „Управленско консултиране” на Фондация „Феникс 3000”. Член е на издателския борд и международната редколегия

на списание Scientific journal „Economics and Finance“. Член е на международната организация за регионални изследвания и издаване на научна литература Regional Studies Association. Директор е на „Регионален център за изследвания на миграцията и бежанците“. Бизнес консултант е по редица европейски проекти и програми.

Всичко това показва, че доц. д-р Надя Миронова е изпълнила основните изисквания за качество, което дава основание на Съвета по хабилитация на УНСС да й даде положително становище за изпълнението на количествените и качествените изисквания, необходими за участие в конкурса за „професор“.

4. Оценка на учебно-преподавателската дейност

Доц. д-р Надя Миронова е разработила пет лекционни курса за ОНС „Бакалавър“ – „Бизнес комуникации“, „Управление на комуникациите и ПР“, „Основи на управлението“, „Организационно поведение“, „Социална отговорност на бизнеса“, седем лекционни курса за ОНС „Магистър“ - „Комуникации в управлението и ПР“, „Корпоративни комуникации“, „Управление на корпоративния имидж“, „Управление на знанията“, „Корпоративна социална отговорност“, „Фирмена култура“ и „Бизнес комуникации“, четири програми за ОНС „Доктор“ - „Теория на управлението“, „Психология на управление“, „Управленска култура“, „Креативност и лидерство“ и два курса за Институт за политика, България – „Създаване и изпълнение на комуникационна програма“ и „Управление на екипи и проекти“.

Разработените учебни курсове показват интердисциплинарните й научни интереси, които създават нови професионални роли и компетенции на студентите от специалност „Бизнес администрация“. Всичко това показва нейната отлична професионална подготовка, компетентност и научно развитие, които са важни професионални аргументи за участието й в този конкурс.

5. Обща характеристика на представените научни трудове/публикации

5.1. Публикациите са концентрирани основно в две тематични направления:

Първото направление – „Основи на управлението“ (3, 4, 5, 6, 7, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27 и 28 от приложения списък) обхваща 19 публикации. Представени и анализирани са резултати от емпирично изследване за апробиране на методика за реализиране на модела „вход – изход“ на връзката между висше учебно заведение и работодател. Проучени и анализирани са съвременните тенденции за стимулиране на „устойчиво“ потребителско поведение, концепцията за управление и разпространение на знанието, средата на генериране на знания, инфраструктурата за съхраняване и начина на предоставяне на знания. Представени са резултатите от емпирично проучване по темата „Модел на дейностите по управление на комуникациите“ и на тази база са формулирани изводи за значението на управлението на комуникациите в общия процес на управление. Анализирани са основните стратегии на „меко“ управление и концепцията на автора за „меко“

управление като управленски стил. На базата на проведен от автора анализ, базиран на използването на системен подход и принципите на организационната теория са предложени варианти за преодоляване на „слабите“ страни в структурата и организацията на МВР. Извършена е оценка на състоянието на системата за управление на човешките ресурси в българските организации, като система от принципи, методи, средства, правни норми, правила, критерии, изисквания, стандарти, процедури, политики, планове и програми за формиране и използване и са идентифицирани основните проблеми и потенциалните възможности за развитие. Изследвани са елементите на вътрешната среда на организацията и е разработен теоретичен модел на вътрешната среда, като основа за разработване на метрика за оценка на капацитета и на методика за повишаването му.

Второто направление – „Бизнес комуникации” (1, 2, 8, 9, 10, 11, 14, 19 и 22 от приложения списък) обхваща 9 публикации. Изследвани и анализирани са моделите, подходите и техниките за комуникация и по-ефективното използване от мениджърите на комуникационните канали и форми. Анализирани са теорията, методологичните аспекти и примери от всички области на комуникационните компетенции. Изследвана е „силата“ на комуникациите за развиване на нов тип взаимоотношения с клиентите, свързани с отношенията на удовлетвореност и лоялност. Анализирани са модели на „междукултурните“ комуникации, като са изведени предимствата и недостатъците им. Представени са резултатите от анкетно проучване на степента на познаване на бизнес етикета в българската практика и на тази база са формулирани полезни изводи за изследователи на фирмената култура и бизнес комуникациите. Представен е модел на влиянието на субективните фактори върху подбора на персонал за определена длъжност. Изследвана е ролята на социалните мрежи като ефективно средство за комуникация и успешно налагане на „работодателската марка“ на организацията.

5.2. Преценка на **монографията** като самостоятелен обект на рецензиране.

Доц. д-р Надя Миронова участва в конкурса с научната монография „Ефективност на организационните комуникации“ (Авангард Прима, София, 2019 г., ISBN 978-619-239-192-8). Монографията е с обем от 270 страници и включва използването на 140 литературни и интернет източници. В монографията са проучени и анализирани състоянието и тенденциите на развитие на моделите, подходите и техниките за комуникация и тяхното ефективно използване в практическата работа на мениджърите. Предмет на изследването са „възможностите за повишаване на ефективността на организационните комуникации чрез реализиране на проект за оценка и усъвършенстване на комуникационните канали“.

В първа глава на монографията „Теоретични основи на анализа на ефективността на комуникационната система на организацията“ е представена общата

теория на комуникациите (същност, структура, основни понятия, определения и разновидности) и тяхната роля в процесите на управлението на фирмата. Извършен е анализ на базови модели в теорията за комуникация и са описани четирите етапа, през които преминава процеса на комуникация. На базата на този анализ, авторът предлага определение и модел за анализ на организационните комуникации, включващ две нива – техническо и социално-психологическо. Представена е класификация на информацията, като елемент от комуникационния процес и системите за организиране на информационните потоци. Анализирани са същността и целите на комуникациите според нивото и структурата на вътрешните и външните комуникации. Акцентирано е на комуникациите в дигитална среда, като са предложени решения за управлението на бизнес комуникациите при дигиталната трансформация на организацията, като инвестиции в реклама и създаване на съдържание в социалните мрежи, използване на мобилни приложения, мобилна реклама и „големи данни“.

Във втора глава „Методологични аспекти на оценката и повишаването на ефективността на организационните комуникации“ е изследван процеса на управление на организационните комуникации, в т.ч. компонентите на фазите, през които преминава – планиране, организиране, мотивация. Анализирани са принципите и етапите на проектиране на организационната комуникационна система като модел на свързани формални и неформални комуникационни канали (хоризонтални и вертикални). Представен е метода „Моделиране на вътрешните информационни връзки в екипа“ и методиката за моделиране на комуникационните връзки в работната група, прилагана за изследване и проектиране на формалните и неформални комуникации в работна среда.

В трета глава „Оценка на ефективността на организационните комуникации“ са разгледани алтернативни подходи за измерване на ефективността на комуникациите при спазване на определени принципи, базирани на прилагане на количествени и качествени методи за измерване. Предложена е методика за оценка на ефективността и са описани четирите етапа от алгоритъма за реализирането ѝ. За апробиране на методиката за оценка на ефективността на организационните комуникации по вътрешни и външни (в т.ч. социални мрежи) комуникационни канали е разработен проект, в който са оценени рисковете и потенциалните проблеми при реализирането му. Проведено е анкетно проучване, преминало през три етапа в периода май 2018 – юли 2018 г. сред дистрибуторите и клиентите на дружеството К-Линк България ЕООД. Представени и анализирани са резултатите от апробиране на методиката за оценка на ефективността на организационните комуникации в дружеството и на тази база са формулирани редица изводи, мнения и препоръки за подобряване на комуникациите на дружеството К-Линк България ЕООД.

В заключението, авторът обобщава постигнатите резултати и дава изводи и препоръки за повишаване на ефективността на организационните комуникации към мениджъри, специалисти и консултанти.

6. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Обстойният преглед на представените научни трудове на доц. д-р Надя Миронова показва няколко основни неща:

- 1.1. Представените научни трудове на кандидата показват неговото научно развитие и отлична професионална компетентност;
- 1.2. Авторът разработва нова концепция за „меко“ управление и интегриран подход за изследване на системата за управление на човешките ресурси в организацията;
- 1.3. Анализирани са практико-приложни резултати от емпирични изследвания в областта на бизнес етикета, краудсорсинга, управленските функции и компетенции в областта на бизнес комуникациите;
- 1.4. Систематизирани са нови връзки и аспекти в областта на управление на организационните знания и нови техники за мениджмънт;
- 1.5. Разработени са - модел за „вход – изход“ на връзката между висше учебно заведение и работодател, модел на управление, който обвързва социалното поведение на бизнес организациите с тяхната маркетингова и управленска политика и модел на управленските комуникации, който свързва елементите на управленския процес с елементите на комуникационния процес;
- 1.6. Разработени са - методика за придобиване на управленски компетенции в областта на анализа на управленската система, методика за оценка на ефективността на бизнес комуникациите и методика за повишаване на комуникационните компетентности на мениджърите от практиката;
- 1.7. Професионално проучени и анализирани са области, критерии и показатели за оценка на ефективността на бизнес комуникациите;

7. Критични бележки и препоръки

Научните изследвания и преподавателската дейност на доц. д-р Надя Миронова впечатляват със своя широк профил и научно-приложни изследвания. Моята основна препоръка е насочена главно към бъдещите научни изследвания на кандидата в областта на приложението на дигитализацията и дигиталната трансформация в управлението и бизнес комуникациите - те биха могли да бъдат фокусирани върху изследване на приложението на изкуствения интелект (Artificial Intelligence), машинното самообучение (Machine Learning), виртуалната и добавена реалност (Virtual Reality&Augmented Reality), тъй като те предлагат допълнителни възможности за мениджърите при взаимоотношенията с персонала и партньорите, отговарящи на „добрите“ практики. Това несъмнено би било от полза за научното ѝ развитие като изследовател и университетски преподавател.

Тази препоръка не намалява моето положително отношение и висока оценка на цялостната научна дейност на доц. д-р Надя Миронова в областта на изследванията на процесите в управлението и бизнес комуникациите и нейната активна преподавателска дейност.

8. Заключение

Кандидатът в конкурса напълно отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, на Правилника за неговото прилагане и на Правилата за заемане на академични длъжности в УНСС. Притежава професионални качества на учен-изследовател в своята област, с доказани научни и научно-приложни приноси за академичната длъжност „Професор”.

Вземайки под внимание професионалните качества и научните изследвания на доц. д-р Надя Миронова, нейното участие в изпълнението на редица изследователски проекти, университетски, национални и международни, интересните ѝ приложни разработки свързани с управлението и бизнес комуникациите, нейната голяма и разнообразна преподавателска дейност и активната ѝ работа със студентите, в качеството си на член на научното жури заявявам, че ще гласувам **положително**, доц. д-р Надя Миронова да заеме академичната длъжност „Професор” по научно направление 3.7. „Администрация и управление“, научна специалност „Социално управление (основи на управлението и бизнес комуникации)“, към факултет „Управление и администрация“ на УНСС.

03.12.2019 / София

Подпис:
(проф. д.н. Емил Денчев)



REVIEW

From: Prof. DSc Emil Petrov Denchev, scientific specialty „Application of Computer Science in Economics“, UNWE - Sofia.

Regarding: Competition for the academic positions of a professor in the scientific specialty „Social Management (Fundamentals of Management and Business Communication)“, scientific field 3.7. Administration and Management at UNWE.

1. Information about the competition

The competition was announced for the needs of the Department of Management (Protocol № 3/15.10.2019), Faculty of Management and Administration (Protocol № 1/22/10/2019) of UNWE according to the Decision of AC № 3/10.07.2019. I am a member of the scientific jury for the competition according to Order No. 2499/12.11.2019 of the Rector of UNWE.

2. Brief information about the candidates in the competition

Up to date, only one candidate has participated in the competition - Associate Professor Dr. Nadia Dimitrova Mironova, Head of Department of Management at the University of National and World Economy, Faculty of Management and Administration.

Dr. Mironova has graduated from the Higher Forestry Institute - Sofia with a Master's degree. From 1997 to 2004 she was an assistant at the Department of Management at the Faculty of Management and Administration (FMA) at UNWE. From 2004 to 2010 she is the assistant professor, and from 2010 she is an associate professor at the same department. From 2008 to 2016 she is the scientific secretary at the Department of Management. In 2006, Nadia obtained her PhD in Social Welfare at the UNWE after defending successfully a thesis on the topic „Model for the Evaluation of a Qualification Proposal“. Since 2004 Dr. Mironova has been a member of the Faculty Council at the FMA-UNWE. Since 2015 she has been the Deputy Dean for Academic Affairs, and from 2015 to 2017 the chairman of the evaluation committee of the FMA-UNWE. Since 2016 Dr. Mironova has been the Head of the Department of Management at UNWE, since 2017 the chairman of the Faculty Committee for Evaluation and Approval of the Training Programs of the FMA-UNWE. Associate Professor Dr. Nadia Mironova has accumulated experience and professional knowledge in the field of management and business communications. She give lectures to bachelors and

masters. Her teaching and research activities show that she is a professionally trained university lecturer and a researcher who has the scientific authority and the necessary professional knowledge to work with students.

3. Fulfillment of the requirements for occupation of the academic position

3.1. Meeting the quantitative requirements

For the competition, Assistant Professor Dr. Nadia Mironova presents one separate scientific monograph ("Effectiveness of organizational communications", Avangard Prima, Sofia, 2019, ISBN 978-619-239-192-8), one monograph in co-authorship, four published chapters of collective monographs, two co-authored textbooks („Fundamentals of Management“, Avangard Prima, Sofia, 2015, ISBN 978-619-160-503-3 and „Human Resources Management. System, Functions, Policies“, Avangard Prima, Sofia, 2015, ISBN 978-619-160-512-5), two co-authored textbooks, two co-authored studies, two articles published in scientific journals, abstracted and indexed in world-renowned databases of scientific information (Scopus and Web of Science), sixteen articles and reports at national and international scientific conferences on management and business communications. These publications are in English and presented in specialized indexed scientific journals, incl. and specialized scientific journals with editorial boards. She has supervised five doctoral students who have obtained a PhD degree. The form submitted by the applicant for the fulfillment of the quantitative requirements shows that the applicant exceeds the obligatory volume of points required for participation in the competition for the occupation of the academic position of „professor“ according to the Law on the Development of the Academic Staff of the Republic of Bulgaria (Article 2b, paragraph 5), the Rules for the application his (art. 1a, paragraph 2-3) and the additional requirements for UNWE.

3.2. Meeting the quality requirements

According to the presented evaluation form, Assoc. Prof. Dr. Nadia Mironova is a well-established researcher, with relevant professional positions and important scientific contributions. Dr. Mironova has participated in nine national and international research projects. In the period 2001 to 2019 she has conducted 9 training courses for adults and has designed new bachelor's and master's degree courses. Her publications have 27 citations, of which nine in monographs and collective volumes with scientific peer review, nine in established in scientific publications, referenced and indexed in other international scientific information databases, and nine in non-refereed scientific peer-reviewed journals.

Since 2003 Dr. Mironova has been the head of the Management Consulting Team of the Phoenix 3000 Foundation. She is a member of the editorial board and international editorial board of the scientific journal Economics and Finance. Dr. Mironova is a member of the Regional Studies and International Literature Organization Regional Studies Association, a director of the Regional Center for Migration and Refugee Studies, and a business consultant on a number of European projects and programs.

All this shows that the candidate has fulfilled the basic quality requirements, which gives the UNWE Rehabilitation Council a positive opinion on the fulfillment of the quantitative and qualitative requirements necessary for participation in the „Professor“ competition.

4. Assessment of educational activity

Assoc. Prof. Dr. Nadia Mironova has organized and designed five Lecturer courses for Bachelor of Business Administration – „Business Communication“, „Communication Management and PR“, „Fundamentals of Management“, „Organizational Behavior“, „Business Social Responsibility“, seven Lecturer courses for Master of Science (MSc) – „Communications in Management and PR“, „Corporate Communications“, „Corporate Image Management“, „Knowledge Management“, „Corporate Social Responsibility“, „Corporate Culture and Business Communications“, four programs for Doctor degree – „Management Theory“, „Psychology of management“, „Management culture“, „Creativity and Leadership“ and two courses for the Institute of Politics, Bulgaria – „Creating and implementing a communications program“ and „Management teams and projects“.

The designed courses show her interdisciplinary scientific interests, which create new professional roles and competences for students in the specialty "Business Administration". All this demonstrates her excellent professional training, competence and scientific development, which are important professional arguments towards her participation in this competition.

5. General characteristics of the submitted scientific papers and other publications

5.1. The publications are concentrated mainly in two thematic areas:

The first strand - Management basics (3, 4, 5, 6, 7, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27 and 28 of the attached list) covers 19 publications. The results of an empirical study to approve a methodology for the implementation of the model „input – output“ of the relationship between a higher education institution and an employer are presented and analyzed. Contemporary trends for stimulating „sustainable“ consumer behavior, the concept of knowledge management and dissemination, the knowledge generating environment, storage infrastructure and how knowledge is delivered have been studied and analyzed. The results of an empirical study on the topic „Model of communication management activities“ are presented and on this basis conclusions are drawn about the importance of communication management in the overall management process. The main strategies of „soft“ management and the author's concept of „soft“ management as a management style are analyzed. On the basis of the author's analysis, based on the use of a systematic approach and the principles of organizational theory, options have been proposed for overcoming the „weaknesses“ in the structure and organization of the MoI. An assessment of the state of the human resources management system in the Bulgarian organizations was carried out, as a

system of principles, methods, tools, legal norms, rules, criteria, requirements, standards, procedures, policies, plans and programs for formation and use, and major problems and potential development opportunities are identified. The elements of the internal environment of the organization are explored and a theoretical model of the internal environment is developed as a basis for developing a metric for capacity assessment and a methodology for enhancing it.

The second strand - Business Communications (1, 2, 8, 9, 10, 11, 14, 19 and 22 of the attached list) covers 9 publications. The models, approaches and techniques for communication and the more effective use by the managers of the communication channels and forms are investigated and analyzed. The theory, methodological aspects and examples from all areas of communication competence are analyzed. The power of communications to develop a new type of customer relationship related to satisfaction and loyalty is explored. Models of „intercultural“ communication are analyzed and their advantages and disadvantages are outlined. The results of a survey of the degree of knowledge of business etiquette in Bulgarian practice are presented and on this basis useful conclusions for researchers of corporate culture and business communications are formulated. A model of the influence of subjective factors on the selection of staff for a particular position is presented. The role of social networks as an effective means of communication and successful promotion of the "employer brand" of the organization is explored.

5.2. Assessment of the monograph as a separate subject for review.

Assoc. Prof. Nadia Mironova participates in the competition with the scientific monograph „The Efficiency of Organizational Communications“ (Avangard Prima, Sofia, 2019, ISBN 978-619-239-192-8). The monograph has a volume of 270 pages and includes the use of 140 literary and internet sources. The monograph examines and analyzes the status and trends of the development of models, approaches and techniques for communication and their effective use in the practical work of managers. The subject of the study is „the possibilities for increasing the effectiveness of organizational communications through the implementation of a project for the evaluation and refinement of communication channels“.

The first chapter of the monograph „Theoretical Foundations of the Analysis of the Effectiveness of the Organization's Communication System“ presents the general theory of communications (nature, structure, basic concepts, definitions and varieties) and their role in the processes of company management. An analysis of basic models in communication theory has been carried out and the four stages that the communication process goes through are described. On the basis of this analysis, the author proposes a definition and a model for the analysis of organizational communications, including two levels – technical and socio-psychological. The classification of information as an element of the communication process and systems for organizing information flows is presented. The nature and goals of communications are analyzed according to the level and structure of internal and external communications. Emphasis is placed on digital communications, with solutions for managing

business communications in the organization's digital transformation, such as investment in advertising and content creation on social networks, use of mobile applications, mobile advertising, and „big data“.

The second chapter, “Methodological Aspects of the Evaluation and Improving the Effectiveness of Organizational Communications”, examines the process of managing organizational communications, including the components of the phases it goes through – planning, organizing, motivation. The principles and stages of designing the organizational communication system as a model of connected formal and informal communication channels (horizontal and vertical) are analyzed. The method „Modeling Internal Information Relationships in the Team“ and the methodology for modeling the communication relations in the working group, applied to research and design of formal and informal communications in the work environment, are presented.

Chapter Three, „Evaluating the Effectiveness of Organizational Communications“, discusses alternative approaches to measuring communication effectiveness while adhering to certain principles based on the application of quantitative and qualitative measurement methods. A methodology for evaluating the effectiveness is proposed and the four stages of the algorithm for its implementation are described. To approve the methodology for evaluating the effectiveness of organizational communications on internal and external (including social networks) communication channels, a project was developed in which the risks and potential problems of its realization were evaluated. A survey was conducted, which went through three stages in the period May 2018 – July 2018 among the distributors and clients of K-Link Bulgaria EOOD. The results of testing the methodology for evaluating the effectiveness of organizational communications in the company are presented and analyzed, and on this basis a number of conclusions, opinions and recommendations for improving the communications of the company K-Link Bulgaria EOOD are formulated.

In conclusion, the author summarizes the results achieved and gives conclusions and recommendations for improving the effectiveness of organizational communications to managers, specialists and consultants.

6. Evaluation of scientific and applied contributions

A comprehensive review of the presented scientific papers by Assoc. Prof. Dr. Nadia Mironova reveals several basic points:

6.1. The submitted scientific works of the applicant demonstrate the candidate's advanced scientific development and excellent professional competence;

6.2. The candidate has developed a new concept of „soft“ management and an integrated approach for studying the human resources management system of organizations;

6.3. Practical and applied results of empirical research in the field of business etiquette, crowdsourcing, management functions and competencies in the field of business communications are analyzed;

6.4. New links and aspects in the field of organizational knowledge management and new management techniques have been systematized;

6.5. An „entry-exit“ model of the relationship between higher education institution and employer has been developed, including a management model that links the social behavior of business organizations with their marketing and management policies, and a model of management communications that connects elements of the management process with the elements the communication process;

6.6. The candidate has developed a methodology for acquiring managerial competences in the field of management system analysis, a methodology for evaluating the effectiveness of business communications, and a methodology for enhancing the communication competencies of managers in practice;

6.7. Areas, criteria and indicators for evaluating the effectiveness of business communications have been profoundly researched and analyzed;

7. Critical notes and recommendations

The research and teaching activities of Assoc. Prof. Dr. Nadia Mironova impress with their wide profile and applied research. My main recommendation is focused mainly on the applicant's future research in the field of application of digitalization and digital transformation in management and business communications - they could focus on the study of the application of Artificial Intelligence (AI), Machine learning (ML), Virtual and Augmented Reality (VR&AR), as these offer additional opportunities for managers to interact with staff and partners in good practice. This would undoubtedly benefit her scientific development as a researcher and university lecturer.

This recommendation does not diminish my positive attitude and high appreciation of Assoc. Prof. Dr. Nadia Mironova in the field of management and business communication process research and her active teaching activity.

8. Conclusion

The candidate in the competition fully complies with the requirements of the Law for the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria, the Regulations for its implementation and the Rules for occupying academic positions in the UNWE. He has the professional qualities of a research scientist in his field, with proven scientific and applied contributions to the academic position of Professor.

Taking into account the professional qualities and research of Assoc. Prof. Dr. Nadia Mironova, her involvement in the implementation of numerous research projects, university, national and international, her interesting applied developments related to management and business communications, her extensive and diverse teaching and her active work with the students, as a member of the scientific jury I declare that I will vote positively, Assoc. Prof. Dr. Nadia Mironova to take the academic position of „Professor“ in the scientific direction we 3.7. Administration and Management, specialty Social Management (Fundamentals of

Management and Business Communication), Faculty of Management and Administration at the UNWE.

03.12.2019 / Sofia

Signature:
(Prof. DSc Emil Denchev)