



СТАНОВИЩЕ

От: *проф. д-р Надя Димитрова Миронова; УНСС; Научна специалност „ Социално управление“, научно направление 3.7. “ Администрация и управление “.*

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по научна специалност „ Управление“ в УНСС.*

Автор на дисертационния труд: ***Елена Иванова Харизанова***

Тема на дисертационния труд: **ПУБЛИЧНИТЕ КОМУНИКАЦИИ КАТО**

ФАКТОР ЗА УСПЕХА НА БИЗНЕСА

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед No526/28.02.2024г. на Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Управление“, факултет Управление и администрация на УНСС по научна специалност Социално управление съгласно Заповед на Ректора на УНСС No1227/16.05.2017г. Докторантът е отчислен с право на защита на дисертационен труд в срок до 04.04.2024 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд се състои общо от 322 стр., включително 248 стр. основен текст и 74 стр. приложения. В структурно отношение е композиран от уводна част, три глави, заключение и приложения. В текста се съдържат 55 фигури и 29 таблици.

Пред публичните комуникации днес се поставят нови изисквания за адаптивност и ефективност като включат в инструментариума си нови концепции и парадигми – технологични, психо-социални, културни. Една от тези концепции, с психо-социална и социо-културна основа, е емпатията. Днес на емпатията приписват ролята на оздравител на взаимоотношения, оптимизатор на процеси, на съставна на ефективното управление, на задължителен елемент от организационните комуникации.

В по-широк план емпатията се извежда като предпоставка за успеха или най-малко за стабилността на общества, системи, организации¹.

В научните изследвания до този момент емпатията е предмет на философията, етологията, психологията, политологията, педагогиката. Макар и с висока ценност, постиженията на изброените науки намират все още частична приложимост в организационното управление. За това емпатията, като част от управленския инструментариум на комуникациите на организационно ниво е интересен фокус на науката за управление. Допълнителен ценен аспект в контекста на управлението добавя социалната невронаука – интердисциплинарна област, корелираща с невроикономиката, която обяснява социално поведение, междуличностни и групови интеракции през призмата на протичане на психофизиологични процеси.

Цитирани са 4 авторитетни проучвания – едно сред представители на български бизнес и 3 с представители на мултинационален бизнес. 64 от научните източници са на английски език и отразяват най-новите изследвания в областта на публичните комуникации.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

В дисертационния труд са постигнати резултатите, заложили първоначално като изследователски задачи, а именно:

1. Установена е зависимостта между ефективната комуникация и емпатията като се използват допирните точки в алгоритмите на протичане на комуникационния процес и на процеса на емпатийно взаимодействие чрез преглед на научната литература.
2. Синтезиран е **теоретичен модел на емпатията** като обективно протичащ, многокомпонентен процес, чрез който може да се постигне по-висока ефективност на комуникационния процес.

¹ В свое изказване от 2006 г. все още сенаторът, а по-късно и президент на САЩ, Барак Обама говори за дефицит на емпатия в съвременните общества и предполага, че „кризата на емпатийността“ вероятно стои в корена на икономическите и политическите кризи, които светът преживява. Виж: Obama Challenges Grads to Cultivate Empathy., 2006, June 19. NorthwesternUniversity News, Retrieved from <http://www.northwestern.edu/newscenter/stories/2006/06/barack.html> /достъпно на 23.02.23/

3. Ранжирани са изведените от теоретичното проучване ключови компоненти в **авторов модел на емпатията в ефективен комуникационен процес** чрез анкетно проучване сред български мениджъри – представители на различните активни поколения.

4. Разработена е **методика** с разнообразен и многостепенен инструментариум за подобряване на способностите за емпатия на мениджърите, която отчита поколенческия профил на заетите, индивидуалните стилове на учене, възприемане и обработка на информацията.

5. Оценена е валидността и приложимостта на методиката за развитие на емпатийните способности по метода на експертната оценка.

За реализирането на поставената цел и за решаването на изследователските задачи са използвани подходящо и правилно следните подходи и методи: индукция и дедукция, наблюдение, анализ и синтез, теоретичен анализ на литературни източници /кабинетно проучване/, вторичен анализ на данни, анкетно проучване, експертна оценка, статистически методи за обработка, анализ на данни.

За обработка и анализ на данните от емпирични изследвания е използван дескриптивен статистически анализ и методът на Парето.

Контекстът на изследването е междугенерационна среда в рамките на организацията и нейните партньори.

Постигната е целта на дисертационния труд „ да се повиши приносът на публичните комуникации за успех на бизнеса чрез влиянието на емпатията върху комуникационния процес.“

Получените в рамките на дисертационния труд резултати, предложените методи и техники и изведеният модел за развитие на индивидуалните емпатийни умения, допринасят и за:

- задълбочаване на връзката между управленската теория и практика.
- популяризирането на възможността за прилагане на постиженията на социалната невронаука в теорията и практиката на управлението на публичните комуникации.
- засилване на междусистемни връзки при разглеждане на теми от полето на управлението на публичните комуникации и ролята им за успеха на бизнеса.

- приближаване на съвременните световни тенденции в управлението на публичните комуникации до реалността на българската бизнессреда.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приемам заявените приноси от докторанта с корекции във формулировката както следва:

1. Предложен е **комплексен, интердисциплинарен научен подход** за повишаване на приноса на публичните комуникации за успех на бизнеса чрез влиянието на емпатията върху комуникационния процес.
2. Разработена е **нова** методика за обучение на човешките ресурси със специфичен предмет – обучение за развитие на емпатийни способности.
3. Предложен е **нов** модел на съответствието между ключови компоненти на емпатията и методи за тяхното развитие.
4. Разработена е **практически приложима нова** методика за развитие на емпатийните способности на мениджъри от практиката.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът е представил 4 броя публикации – два самостоятелни доклада на български език от научни конференции в България, една статия и една студия в съавторство на английски език. Публикациите са свързани с темата на дисертационния труд и са отражение на резултатите от теоретичните и емпирични изследвания на докторанта.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът отразява адекватно съдържанието и основните акценти на дисертационния труд.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Препоръките ми към докторанта са:

Да отстрани правописните и пунктуационни грешки, както и да подобри графичното оформление при прехвърлените при форматирането фигури и таблици. Също така може да бъдат съкратени описателни пасажии от текста и да се намали обема на дисертацията.

Да развие темата в практическо ръководство за обучение.

8. Заключение

Считам, че представения за рецензиране дисертационен труд отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и Правилника за учебната дейност на УНСС- част трета „Доктор“.

Предлагам на научното жури да присъди на Елена Харизанова на основание дисертационен труд на тема „Публичните комуникации като фактор за успеха на бизнеса“ научната е образователна степен „ доктор“ по научна специалност „ Социално управление“ .

3.03.2024г

Подпис:

Проф. д-р Н. Миронова