

## СТАНОВИЩЕ

**От:** Проф. д-р Христо Катранджиев, УНСС, Факултет "Управление и администрация", Катедра "Маркетинг и стратегическо планиране"

**Относно:** Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“ в УНСС

**Автор на дисертационния труд:** Христо Тодоров Медаров

**Тема на дисертационния труд:** „ЕВОЛЮЦИОННИ ПРОМЕНИ В КОНЦЕПЦИЯТА ЗА МАРКЕТИНГОВА ИНФОРМАЦИОННА СИСТЕМА С НАВЛИЗАНЕТО НА НОВИ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГОВАТА ПРАКТИКА“

**Научен ръководител:** Проф. д-р Христо Катранджиев

Дисертантът се е обучавал в задочна форма по докторска програма към Факултет "Управление и администрация", по научна специалност съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС Заповед № 853/21.03.2018г.

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно № 1083/02.04.2025г. на Ректора на УНСС..

### 1. Информация за дисертанта

Дисертантът е се обучавал и получил образователна степен „Магистър“ през 1996г. в Катедра "Маркетинг и стратегическо планиране" на УНСС. След това развива своя професионален път в Държавната администрация и в различни НПО, като се специализира в управление на европейски проект. Притежава управленски и експертен опит, който се доказва от заеманите от него позиции в различни проекти и множество сертификати и референции. До момента не е заемал академични длъжности във ВУ или научни организации. Дисертантът е положил всичките си изпити успешно, като също успешно е изпълнил е индивидуалния си план.

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към Катедра "Маркетинг и стратегическо планиране" на УНСС съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС Заповед № 853/21.03.2018г. Обучението е осъществено в задочна форма през периода 2018-2025 г.

## **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Дисертационният труд е с общ обем от 301 страници- 8 страници Въведение, 237 страници Изложение, 2 страници Заключение, 13 страници Списък на използваната литература и 41 страници с Приложения. В библиографичната справка са изброени общо 151 източника на информация, от които 139 на чужд език. Тези източници са релевантни, изчерпателни, свързани с темата, като техният обем свидетелства за задълбоченост на изследваната литература по темата.

Относно структурата на дисертационния труд: той е композиран от въведение, три глави, заключение, списък на използваната литература и приложения. Темата на доктората е актуална предвид развитието в последните години на дискутираните технологии Информационни технологии, като Големите данни, Изкуствения интелект и Интернет на нещата, но при слабо развитие на теоретичната база, особено в маркетингов контекст.

## **3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Дисертационният труд съдържа множество научно-теоретични и приложни резултати. Докторантът е използвал методология, която е оригинална и уместна от гледна точка на фазите на проучване, като количественото проучване предхожда качествено. В резултат на извършеното проучване се потвърждава формулираната теза. В допълнение също се описват и систематизират по функционални признаци и нови аспекти от функционирането на МкИС, неотразени в класическия модел.

**Поради това давам положителна оценка на получените научни и научно-приложни резултати в дисертацията.**

#### **4. Оценка на получените научни и научно-приложни приноси**

Посочените в автореферата 4 научни и практико-приложни приноси на проведеното дисертационно изследване са:

1. Представен е нов еволюционен модел на Маркетинговите информационни системи при използване на възможностите на новите Информационни и комуникационни технологии, които са достъпни за съвременния бизнес
2. Обоснована теоретично и подкрепена с емпирични данни зависимост на нарастване на функционалните възможности на Маркетинговите информационни системи използвани от бизнеса според маркетинговите информационни нужди
3. Изследвани, анализирани и оценени са Маркетинговите информационни системи на маркетингово активните фирми в България
4. Доказана е емпирично и обоснована теоретично нова функционалност на Маркетинговите информационни системи при използване на съвременни ИКТ - Обратна-връзка към елементите на маркетинговия микс.

**Така направена формулировката на приносите, съдържащи се в дисертационния труд е прецизна, но формулировката на всеки един от тях би могла да бъде по-ясна. Независимо от това, приносите са значими и валидирани чрез теоретичен анализ и емпирично изследване. Може да се счита, че дисертационният труд разширява границите на познанието по темата за МКИС с навлизането на нови ИКТ в маркетинговата теория и практика. Давам много добра оценка на представените научни и научно-приложни приноси.**

#### **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

Докторантът е представил четири публикации, свързани с дисертационния труд:

1. „Предзвикателства и възможности за повишаване на БВП чрез Изкуствен Интелект“ - доклад на международна конференция в Университет Ниш, 2024 г.
2. "Маркетингови информационни системи и управление на маркетинговата информация в България" - доклад на конференция в НБУ, 2024 г.

3. "Интеграция в социалните мрежи в Маркетинговите информационни системи" - доклад на конференция в УНСС, 2024 г.
4. "Application of Contingency Theory to Marketing Information Systems - a study on Bulgarian companies" - доклад на конференция в УНСС, 2024 г.

Публикациите отразяват основните постижения на докторанта и проследяват логическата и тематична еволюция на изследването. В тях са разглеждани ключови аспекти, като промените в структурата на маркетинговите информационни системи и новите възможности за прилагане на водещи информационни технологии в маркетинговата практика

**В обобщение следва да се каже, че публикациите са достатъчно по брой и обхват и отговарят на нормативните изисквания за разпространение на научни резултати. Оценявам разпространението на резултатите като отлично, тъй като е адекватно и значимо.**

#### **6. Оценка на автореферата**

Авторефератът е добре структуриран и отговаря на утвърдените изисквания за представяне на основното съдържание и приносите на дисертационния труд. В него е отразена структурата и логиката на дисертационния труд. Използваният стил е на нужното академично ниво, а в терминологично отношение се придържа към дисертационни труд, като в резюме е посочено съдържанието на всяка глава от труда, направените изводи, предложения и публикации на автора, свързани с темата. Оценявам документа като много добре подготвен.

#### **7. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Нямам критични бележки. Посочените по-горе коментари и препоръки биха довели до подобряване на дисертационен труд. Имам един въпрос към докторанта, който е следният:

**Какво значение за маркетинговата теория и практика има или би имала промяната в МКИС, както се дефинира в дисертационния труд?**

## 8. Заключение

Предвид казаното по-горе, считам, че представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за неговото прилагане, Правилника за развитието на академичния състав в УНСС. Предлагам на уважаемите членове на Научното жури да подкрепят присъждането на образователната и научна степен „ДОКТОР“ в професионално направление 3.8. „Икономика“ по научна специалност „Маркетинг“ на Христо Тодоров Медаров

01.06.2025г

Подпис:

София

Проф. д-р Христо Катранджиев