



## УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

### СТ А Н О В И Щ Е

**От:** доц.д-р Надежда Йорданова Димова, Департамент „Икономика“, Нов български университет – София, професионално направление 3.8. „Икономика“ Научна специалност „Маркетинг“

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

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“**

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

#### **1. Информация за дисертанта**

Докторантът е зачислен в задочна форма на обучение към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ при Университет за национално и световно стопанство със Заповед № 853/21.03.2018г.

Докторантът е положил всичките си изпити успешно и изцяло е изпълнил индивидуалния си план.

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

Дисертационният труд е в обем от 301 страници и е структуриран по следния начин: въведение, три глави, заключение, списък на използваната литература и приложения с общ обем от 301 страници, от които 8 страници въведение, 237 страници изложение, 2 страници заключение, 13 страници списък на използваната литература и 41 страници с приложения.

Докторантът целесъобразно е подчертал, че значението на изучаването на Маркетинговите информационни система е свързано с важността, която представлява информацията за вземане на решения. В случая обаче е по-важно изучаването на промените и динамиката на тези промени свързани с тази тези системи.

Посочената от докторанта цел на дисертацията е да изследва дали и как МкИС използвани от маркетингово активни фирми в България са се променили с навлизането в употреба на редица нови технологии и какви биха могли да са евентуално тези промени. Разглеждат се само маркетингово активни фирми, като под това понятие се разбира такива, които извършват дейности свързани с маркетинг на стоки и услуги и които оперират преимуществено на Българския пазар, схващан, като територията на страната, и/или извършващи търговски операции онлайн в обхвата на регулациите на Националното законодателство на РБългария. Дейностите свързани с маркетинг на стоки услуги се схващат, като такива не просто свързани с продажби, а и с извършване на всякакви други маркетингови дейности, които да подпомагат процеса на продажба.

Напълно приемам за уместни и добре структурирани увода, отделните глави, заключението, използваната литература и приложенията. Литературата, която е посочена и цитирана от докторанта е напълно достатъчна и свидетелства за отлична научна основа, въз основа на която е структурирана самата дисертация.

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

След като се направи обстоен анализ на посочените приноси може да се заключи, че посочените от докторанта научни приноси са добре формулирани и концептуално постигнати.

Целта и задачите, които са формулирани в увода са постигнати напълно.

Избраната методология за анализ е богата, многоаспектна, интересна и напълно в съподчиненост с изследваната проблематика.

#### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Докторантът посочва следните приноси на дисертационния труд, а именно:

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.

Считам, че посочените приноси са правилно формулирани и напълно реални и постигнати.

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

По дисертационния труд е представен списък с четири публикации, които и по количество и по качество напълно удовлетворяват националните минимални изисквания.

#### **6. Оценка на автореферата**

Представеният автореферат е изчерпателен и напълно съответства на съдържанието на дисертационния труд и е съобразен с правилата за структура и съдържание. Напълно коректно представя в синтезиран вид изпълненото от докторанта научно изследване и постигнатите резултати от него.

## 7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Към докторанта имам препоръка да публикува своето изследване в монографичен труд, за да бъде достъпно изследването до по-широк кръг от читатели.

### Имам и два въпроса:

1. Каква е ролята на етиката при използването на AI в маркетинга?
2. Трябва ли да има рестрикции по отношение на достъпа на информация от служителите в маркетинг отдела?

## 8. Заключение

Представеният дисертационен труд: „Еволюционни промени в концепцията за маркетингова информационна система с навлизането на нови технологии в маркетинговата практика“ е посветен на специфична проблематика, която задълбочено е изследвана и притежава всички необходими качества за да бъде оценена с висока положителна оценка.

Категорично мога да заключа, че докторантът **Христо Тодоров Медаров** притежава способност за научно изследване, внедряване на теоретичните познания и терминология в научно и задълбочено изследване, способност за извеждане на изводи и препоръки, извеждане на научни и научно – приложни приноси.

Въз основа на това, предлагам на уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на докторант **Христо Тодоров Медаров** в професионално направление **3.8. „Икономика“** по научна специалност „**Маркетинг**“.

15.05.2025г.

гр.София

Подпис: .....

/доц.д-р Надежда Димова/