



СТ А Н О В И Щ Е

От: **доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова**

Професионално направление: 3.8 Икономика

Пловдивски университет „П. Хилендарски“, катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“.

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по 3.8 Икономика, 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*

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

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ при факултет „Управление и администрация“ на УНСС по научна специалност „Маркетинг“ съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 853/21.03.2018 г. Обучението е осъществено през периода 2018 – 2022 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният за становище дисертационен труд е с общ обем от 305 страници, от които: въведение (8 стр.), три глави (237 стр.), заключение (2 стр.), използвана литература (13 стр.) и приложения (41 стр.). Използвани са 151 литературни източника.

В съвременната динамична бизнес среда, характеризираща се с интензивна конкуренция и постоянно нарастващи изисквания от страна на потребителите, информацията придобива статут на стратегически ресурс с определящо значение за организационната ефективност. Както сам авторът на дисертацията отбелязва, изследването на маркетинговите информационни системи (МИС) е обусловено от „няколко независими тенденции“. Първо, интегрирането на съвременни технологии, включително изкуствен интелект, машинно обучение, CRM и ERP системи, облачни услуги, съществено повишава функционалните възможности на МИС и разширява тяхната приложимост. Второ, процесите на глобализация водят до разширяване на пазарите и повишаване на информационната комплексност, което изисква от организациите наличието на интегрирани системи за управление на маркетинговата информация с цел ефективно адаптиране към международната конкурентна среда. И

трето, необходимостта от бързо и аргументирано вземане на управленски решения в условията на информационно пренасищане и пазарна несигурност изисква наличие на надеждни системи за обработка и интерпретация на данни, каквито могат да предоставят МИС.

Намирам поставената изследователска цел и четири основни задачи за добре формулирани.

Изведените теза и две хипотези на изследването предопределят теоретико-методологичния и практико-приложния характер на дисертационния труд.

За изследването на МИС в маркетингово ориентирани фирми са проведени две проучвания чрез приложението на дескриптивен и на формулативен метод. Получените резултати са обобщени чрез средства от описателната статистика.

Изброеното обосновава мнението ми, че дисертацията е *добре структурирана, актуална и значима в тематично отношение*.

Оценявам положително аргументирания *избор на обект и предмет на изследване* и приемам, че *изследователската цел* е постигната.

Поставените *задачи* са изпълнени, а формулираната *основна теза* е доказана.

Литературните източници са добре подбрани и коректно използвани.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

От изложението на дисертационния труд е видно, че авторът умее да интерпретира, систематизира и анализира наличната литература по проблема. В този смисъл са представени различни възгледи относно дефинирането и компонентите на МИС. Разгледани са и тесните връзки на МИС с други сродни понятия от областта на информационните и комуникационните технологии (ИКТ) като интернет на нещата, големи данни, изкуствен интелект (първа глава).

Демонстрирани са мотивите за избор на двуфазна изследователска програма, посочени са сравнителните предимства на качествените и количествените методи за набиране на маркетингова информация, представени и анализирани са резултатите от проведените две изследвания (втора глава).

Въз основа на изпълнението на двете фази от изследователска програма се обосновава необходимостта от ревизиране на дефиницията и използване на новите ИКТ възможности за МИС (трета глава).

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приемам посочените в автореферата приноси от теоретико-методологически и приложен характер.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

По темата на дисертацията са обявени четири броя самостоятелни научни доклада, представени на международни научни конференции у нас и в чужбина.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът съдържа всички необходими реквизити, разработен е коректно и в достатъчна степен отразява съдържанието на целия текст.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Нямам съществени критични бележки към дисертационния труд.

Бих искала докторантът да даде повече разяснения относно дефинирането на посочената генерална съвкупност, състояща се от всички маркетингово активни фирми, опериращи в България. По какъв начин е осигурен изчерпателен списък на статистическите единици – участници в нея? Спрямо какъв критерий е формирана целева съвкупност „от 400 фирми, които са участвали в предишни онлайн проучвания и за които има събрана информация за достигане – адрес на електронна поща.“ (на стр. 175)?

8. Заключение

Предоставената дисертация представлява оригинално, самостоятелно и задълбочено научно изследване на актуален и значим проблем. Тя съдържа ясно открити теоретико-методологически и практико-приложни приноси и отговаря на изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за прилагането му и вътрешните нормативни документи на УНСС.

Затова давам своята **положителна оценка** на разработения дисертационен труд и препоръчвам на уважаемите членове на Научното жури да **присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Христо Тодоров Медаров** в област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 Икономика, докторска програма „Маркетинг“.

22.04.2025 г.
Пловдив

Подпис:
/доц. д-р Теофана Димитрова/