9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • www.ue-varna.bg

Р Е З Ю М Е Т А
на научните публикации

на гл. ас. д-р Петър Красимиров Петров, преподавател в катедра „Управление и администрация“, Икономически университет – Варна, подадени за участие в конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ по научна специалност „Социално управление (Мениджмънт на човешките ресурси – управление на таланта и лидерство)“, обявен в Държавен вестник, бр. 65/17.07.2026 г.

Б. Научни трудове за участие в конкурса за АД „доцент“, обявен в ДВ, бр. 65/17.07.2026 г., по чл. 101, т.3 и чл. 104, ал. 1, т.6 от Правилник за развитието на академичния състав в Икономически университет – Варна (ПРАС)

I. Монография или равностойни публикации (в професионалните направления, в които това е допустимо според ППЗРАСРБ)– по чл. 101, т.3 от ПРАС в ИУ - Варна

Общ номер	Номер в група	Заглавие, библиографско описание, линк към съдържанието им в електронен формат, в случай че е налично
4.	1.	Петров, П. Управление на таланти в академична среда. Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2026, (Библ. Проф. Цани Каляндjиев). Рец: Евгени Станимиров, Десислава Серафимова. Достъпно като PDF.

Резюме: Настоящата монография е посветена на управлението на таланти в академична среда и разглежда възможностите за адаптиране на концепцията от управлението на човешките ресурси към системата на висшето образование. Основната цел е да се изгради концептуален модел за системно, многостепенно и многоизмерно управление на студентските таланти, реализирано в партньорство между студенти, академичен състав и представители на бизнеса, както и да се формулират препоръки към университетите за интегриране на съответните политики, структури и практики за управление на таланти.

В монографията са анализирани етимологичните, историческите и теоретичните основи на понятието „талант“, както и водещи подходи и модели в областта на управлението на таланти и развитието на даровитостта. Специално внимание е отделено на разбирането за университета като екосистема на таланти, в която взаимодействието между институционалната среда, академичния състав и външните заинтересовани страни създава условия за устойчиво развитие на студентския потенциал.

Изследването съчетава теоретичен анализ, сравнително проучване на добри практики от водещи чуждестранни и български университети и емпирично изследване, проведено в Икономически университет – Варна сред 965 студенти, 193 преподаватели и 91 представители на бизнеса. Получените резултати показват ясно изразена подкрепа за въвеждане на целенасочени форми за развитие на таланти, включително специализирани курсове, менторство, практически обучения, стажове и предприемачески инициативи. На тази основа е предложен концептуален модел за

управление на студентски таланти, който обединява процесите по идентификация, развитие, академична и кариерна подкрепа, както и сътрудничество с работодатели. Монографията има принос както за развитието на научното знание в областта, така и за усъвършенстването на университетските политики и практики, насочени към развитие на талантите в академичната общност.

Abstract: This monograph is devoted to talent management in an academic environment and examines the possibilities for adapting the concept from Human Resources Management to the system of higher education. The main aim is to build a conceptual model for a systematic, multistage, multidimensional management of student talent, implemented in partnership between students, academic staff and representatives of business, as well as to formulate recommendations to Universities for the integration of the relevant policies, structures and practices for talent management. The monograph presents an analysis of the etymological, historical and theoretical foundations of the notion of "talent", as well as leading approaches and models in the area of talent management and the development of giftedness. Special attention is paid to the understanding of the University as an ecosystem of talents, in which the interaction between the institutional environment, academic staff and external interested parties creates conditions for the sustainable development of student potential. The research work combines theoretical analysis, a comparative study of good practices of leading foreign and Bulgarian Universities and an empirical survey, conducted at the University of Economics – Varna among 965 students, 193 lecturers and 91 representatives of business. The obtained results show a clearly expressed support for the introduction of targeted forms of talent development, including specialized courses, mentorship, practical training, internships and entrepreneurial initiatives. On that basis, a conceptual model for the management of student talent, which combines the processes of identification, development, academic and career support, as well as cooperation with employers, is proposed. The monograph contributes to both the development of scientific knowledge in the area, and to the improvement of University policies and practices, aimed at talent development in the academic community.

II. Монографии и студии по чл. 104, ал. 1, т.6 от ПРАС в ИУ - Варна

Общ номер	Номер в група	Заглавие, библиографско описание, линк към съдържанието им в електронен формат, в случай че е налично
5.	1.	Petrov, P., Serafimova, D. Hidden Champions of Bulgaria. In: Berberović, D., Purg, D. (eds) Hidden Champions in Rising Economies. Contributions to Management Science.. Cham, Germany: Springer Publ., Part F1393, 2026, 203-221., ISSN(печатно) 1431-1941, ISSN(онлайн) 2197-716X, ISBN(печатно) 978-3-032-08262-6, ISBN(онлайн) 978-3-032-08263-3 / DOI 10.1007/978-3-032-08263-3_15. Достъпно като PDF.

Резюме: Настоящата глава изследва феномена на компаниите „скрити шампиони" (Hidden Champions) в България чрез два задълбочени казуса: LEKS Group и Kinetik Automotive. Въпреки че оперират в коренно различни отрасли – битова техника и електрическа мобилност, двете компании въплъщават основните характеристики на скритите шампиони: пазарно лидерство в тясна ниша, международна насоченост, устойчива иновативност и издръжливост при пазарни

предизвикателства. LEKS Group – семейна компания, основана през 1989 г. – се е развила в регионален лидер в производството на вградена кухненска техника в пет балкански държави, изграждайки силни собствени марки и логистични мрежи. Kinetik Automotive – високотехнологичен стартъп, основан през 2019 г. – бързо е привлякъл международно внимание с електрическите си картинг машини и образователни STEM комплекти, въвеждащ иновации както в моторните спортове, така и в обучението. Главата анализира стратегическите подходи, конкурентните предимства и лидерските практики, които са позволили на тези компании да постигнат успех, оставайки относително непознати на широката публика. Тя откроява и ключовите предизвикателства, свързани със задържането на таланти, регулаторните бариери и финансовите ограничения. В заключителната част се предлагат целенасочени препоръки към националните правителства, финансовите институции и висшите училища относно начините за по-добра подкрепа на подобни компании, включващи регулаторно облекчаване, специализирани финансови инструменти и разработване на образователни програми, съответстващи на нуждите на малките и средните предприятия (МСП). Изследването подчертава значението на разпознаването и инвестирането в скритите шампиони като критични двигатели на иновациите, износа и устойчивия икономически растеж в развиващите се европейски икономики.

Abstract: This chapter explores the phenomenon of Hidden Champion companies in Bulgaria through two in-depth case studies: LEKS Group and Kinetik Automotive. Despite operating in vastly different industries, household appliances and electric mobility, both companies exemplify the core characteristics of Hidden Champions: market leadership in a narrow niche, international orientation, sustained innovation, and resilience in the face of market challenges. LEKS Group, a family-owned business founded in 1989, has grown into a regional leader in built-in kitchen appliances across five Balkan countries, developing strong proprietary brands and logistics networks. Kinetik Automotive, a high-tech startup founded in 2019, has rapidly gained international attention for its electric go-karts and education STEM kits, pioneering innovation in both motorsports and learning. The chapter analyzes the strategic approaches, competitive advantages, and leadership practices that have enabled these companies to succeed while remaining relatively unknown to the public. It also highlights key challenges related to talent retention, regulatory barriers, and financing constraints. The final section offers targeted recommendations to national governments, financial institutions, and higher education institutions on how to better support such companies. These include regulatory simplification. Tailored funding instruments and the development of educational programs aligned with small and medium size enterprises (SME) needs. The study underscores the importance of recognizing and investing in Hidden Champions as critical drivers of innovation, export performance, and sustainable economic growth in emerging European economies.

6.	2.	Данкова, П., Кралева, В., Петров, П., Антова, З. Междукултурен и образователен мост между читалища и музеи [Intercultural and Educational Bridge Between Chitalishte (Community Cultural Centres) and Museums] : Колективна монография : [Електронен ресурс]. Варна : Знание и бизнес, 2023, 130. - (Моногр. библ. Знание и бизнес ; Кн. 23)., ISBN(онлайн) 978-619-210-071-1. Достъпно на https://eknigibg.net/monogr/2023.12_Petya_Dankova.pdf

Резюме: Настоящият текст представлява трета глава от колективната монография „Междукултурен и образователен мост между читалища и музеи“ и

представя анализ на резултатите от проучване сред публиките на български читалища на тема „Мястото на читалищата в нашето съвремие“. Изследването е реализирано в три последователни етапа – дълбочинни интервюта с представители на 10 читалища, фокус групи с активни и неактивни публики и анкетно проучване, обхващащо общо 229 респондента (156 активни посетители и 73 души, непосещавали читалища през последните 5 години), проведено онлайн чрез системата за проучвания на ИУ – Варна. Анкетата включва 44 въпроса в четири блока, изясняващи потребителското поведение, причините за посещение/непосещение, отношението към платени услуги и съвместни инициативи с музеите, както и демографския профил на респондентите. Резултатите показват висока степен на удовлетвореност от читалищните инициативи и услуги (оценки над 4 по петобална скала), с най-добре оценени показатели достъпната цена и лесният достъп до мястото, и с възможности за подобрение в информираността и усещането за принадлежност. Установен е значителен потенциал за партньорство между читалища и музеи, като съвместните възстановки на обичаи, изложби и изследвания на рода будят най-силен интерес. Анализът извежда четири основни изводи: читалищата запазват значението си като институция за съхранение на традициите, културата и образованието на младежта; съществува потенциал за привличане на нови публики чрез подобряване на информираността, разнообразието от услуги и материалната база; необходимо е използването на комуникационни канали, съобразени с новите поколения; и сътрудничеството с музеите може да генерира допълнителен интерес и нови аудитории.

Abstract: This text represents the third chapter of the collective monograph "Intercultural and Educational Bridge Between Chitalishte (Community Cultural Centres) and Museums" and presents an analysis of the results of a survey among the audiences of Bulgarian chitalishte on the topic "The Place of Chitalishte in Our Times." The research was carried out in three consecutive stages – in-depth interviews with representatives of 10 chitalishte, focus groups with active and inactive audiences, and a questionnaire survey covering a total of 229 respondents (156 active visitors and 73 people who had not visited a chitalishte in the past 5 years), conducted online through the survey system of the University of Economics – Varna. The questionnaire included 44 questions in four blocks, clarifying consumer behaviour, the reasons for attendance/non-attendance, attitudes towards paid services and joint initiatives with museums, as well as the demographic profile of the respondents. The results show a high degree of satisfaction with chitalishte initiatives and services (ratings above 4 on a five-point scale), with affordable price and easy access to the venue rated best, and opportunities for improvement identified in awareness and the sense of belonging. Significant potential for partnership between chitalishte and museums has been established, with joint reenactments of customs, exhibitions and family-history research arousing the strongest interest. The analysis leads to four main conclusions: chitalishte retain their significance as an institution for preserving the traditions, culture and education of young people; there is potential for attracting new audiences by improving awareness, the variety of services and the material base; it is necessary to use communication channels suited to the new generations; and cooperation with museums can generate additional interest and new audiences.

7.	3.	Petrov, P. Work Values and their Role in Human Resource Management. Sofia: Eudaimonia Production Ltd., 2021, 228., ISBN(печатно) 978-619-7209-41-9 , ISBN(онлайн) 978-619-7209-42-6. Достъпно на

		https://eudaimonia-production.com/wp-content/uploads/2022/09/Work-Values-EN.pdf

Резюме: Монографията изследва връзката между трудовите ценности на персонала и нагласите му към дейностите по управление на човешките ресурси (УЧР). Обект на изследването са служителите на „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт" АД – оператор на летищата във Варна и Бургас. Целта е да се проучи взаимодействието между трудовите ценности и нагласите към дейностите по УЧР, с акцент върху спецификата на това влияние в организационен контекст. Формулирани са четири изследователски хипотези относно ролята на модалността на трудовите ценности (инструментални, афективни и когнитивни), значението на типа ценности спрямо резултатната обвързаност на системата, влиянието на ситуационните фактори на организационно ниво (организационните промени след концесионирането на летищата) в сравнение с индивидуалния работен контекст и личностните характеристики, както и връзката между модалността на ценностите и възприемането на организационните промени. Използвани са индивидуални дълбочинни интервюта и анкетно проучване, а резултатите са обработени статистически чрез корелационен анализ (коефициенти на Spearman и Kendall) и тест на хи-квадрат. Резултатите частично потвърждават първата хипотеза (афективните ценности влияят върху нагласите към УЧР дейности), отхвърлят втората хипотеза (липса на връзка между ценностите, свързани с ресурси/възнаграждения, и нагласите), напълно потвърждават третата хипотеза (ситуационните фактори на организационно ниво имат по-силно влияние от индивидуалния контекст и личностните характеристики) и потвърждават допълнително формулираната четвърта хипотеза за индиректно влияние на трудовите ценности върху нагласите чрез възприемането на организационните промени. Изследването приема основната теза, че трудовите ценности са важен фактор, модифициращ нагласите на служителите към дейностите по управление на човешките ресурси.

Abstract: The monograph studies the relationship between the work values of personnel and their attitudes towards human resource management (HRM) activities. The subjects of the study are the employees of "Fraport Twin Star Airport Management" AD – the operator of the airports in Varna and Burgas. The aim is to examine the interaction between work values and attitudes towards HRM activities, with an emphasis on the specifics of this influence in an organisational context. Four research hypotheses are formulated regarding the role of the modality of work values (instrumental, affective and cognitive), the significance of the type of values relative to the outcome-related commitment of the system, the influence of situational factors at the organisational level (organisational changes following the concessioning of the airports) compared with the individual work context and personal characteristics, and the relationship between the modality of values and the perception of organisational changes. Individual in-depth interviews and a questionnaire survey were used, and the results were processed statistically through correlation analysis (Spearman's and Kendall's coefficients) and the chi-square test. The results partially confirm the first hypothesis (affective values influence attitudes towards HRM activities), reject the second hypothesis (no relationship between resource/reward-related values and attitudes), fully confirm the third hypothesis (situational factors at the organisational level have a stronger influence than the individual context and personal characteristics), and further confirm the fourth hypothesis of an indirect influence of work values on attitudes through the perception of organisational changes. The study adopts the main thesis that work values are

an important factor that modifies employees' attitudes towards human resource management activities.		
8.	4.	Petrov, P. Global perspective on leadership. In A. Burgiel & T. B. Wiwczaroski (Eds.), Global leadership and leadership development. Hamburg : Verlag Dr. Kovač, 2020, 33-90., ISBN(печатно) 978-3-339-11924-7, ISBN(онлайн) 978-3-339-11925-4. Достъпно като PDF.

Резюме: Главата предлага теоретичен преглед на понятието лидерство и разграничението му от управлението (мениджмънта). Въз основа на дефинициите на Robbins & Judge и Bass & Stogdill, както и сравнителния модел на Klingborg и др., се анализират разликите между лидерство и мениджмънт по шест признака – дефиниции, резултати, характеристики, обхват, взаимодействие и подбуда. Представена е систематизирана рамка на основните теории за лидерството, структурирана според фокуса им върху лидера (теория на чертите, теория за великия човек, харизматично лидерство, поведенчески модели като решетката на Blake и Mouton, компетентностен подход), взаимодействието лидер–последователи (трансакционно/трансформационно, овластяващо, приобщаващо и автентично лидерство) и контекстуалните/културни фактори, което поставя основата за възникването на концепцията за глобално лидерство. Разгледани са водещите теории за лидерски компетенции (McShane & Von Glinow) и е обсъдено значението на лидерското развитие и актуалните тенденции в областта. Главата завършва с представяне на няколко инструмента за самооценка на лидерския стил (въпросник за трансформационно/трансакционно лидерство на Bass, въпросник на Luthans за оценка на ориентацията към хора/задачи), както и практически упражнения за развитие на лидерски умения, предназначени да подпомогнат читателите в практическото прилагане на разгледаните концепции.

Abstract: The chapter offers a theoretical review of the concept of leadership and its distinction from management. Based on the definitions of Robbins & Judge and Bass & Stogdill, as well as the comparative model of Klingborg et al., the differences between leadership and management are analysed along six criteria – definitions, outcomes, characteristics, scope, interaction and motivation. A systematised framework of the main leadership theories is presented, structured according to their focus on the leader (trait theory, great man theory, charismatic leadership, behavioural models such as the Blake and Mouton grid, the competency approach), the leader–follower interaction (transactional/transformational, empowering, inclusive and authentic leadership), and contextual/cultural factors, which lays the foundation for the emergence of the concept of global leadership. The leading theories of leadership competencies (McShane & Von Glinow) are reviewed, and the significance of leadership development and current trends in the field are discussed. The chapter concludes with the presentation of several self-assessment tools for leadership style (Bass's transformational/transactional leadership questionnaire, Luthans's questionnaire for assessing people/task orientation), as well as practical exercises for developing leadership skills, designed to help readers apply the concepts discussed in practice.

III. Научни статии по чл. 104, ал. 1, т.6 от ПРАС в ИУ - Варна

Общ ном ер	**Ном ер в груп а**	**Заглавие, библиографско описание, линк към съдържанието им в електронен формат, в случай че е налично**
9.	1.	Karacsony, P., Valkó, V., Adeyemo, D., Petrov, P. Analysis of Employee Satisfaction in the Nigerian Healthcare and IT Sectors. Business Management, Dimitar A Tsenov Academy of Economics, 2026, 1, 68-84., ISSN(печатно) 0861-6604, ISSN(онлайн) 2534-8396 / DOI 10.58861/tae.bm.2026.1.04. Достъпно на https://bm.uni-svishtov.bg/title.asp?title=3203

Резюме: Настоящото изследване разглежда детерминантите на удовлетвореността от труда сред професионалисти в здравния и информационно-технологичния сектор на Нигерия, като се поставя особен акцент върху ролята на подкрепата от прекия ръководител, възнаграждението, допълнителните придобивки и натовареността на работа. Данните са събрани посредством анкетно проучване, проведено сред извадка от 195 професионалисти, и са анализирани чрез коефициенти на корелация на Пирсън с цел оценка на силата и посоката на връзките между изследваните променливи. Резултатите показват значима положителна корелация между подкрепата от ръководителя и удовлетвореността от труда (r = 0,540), което подчертава ключовата роля на ефективното лидерство за повишаване на трудовия морал на служителите. Освен това, удовлетвореността от заплащането и придобивките демонстрира силна положителна връзка с общата удовлетвореност от труда (r = 0,629), което подчертава значението на осигуряването на конкурентни възнаграждения. За разлика от конвенционалните допускания, изследването установява и положителна корелация между по-високата натовареност на работа и удовлетвореността от труда (r = 0,572), което предполага, че при определени условия по-високите работни изисквания могат да допринесат положително за ангажираността и удовлетворението на служителите. Тези изводи предоставят ценни насоки за организационната политика и управлението на човешките ресурси в професионални среди с високи изисквания.

Abstract: This study explores the determinants of job satisfaction among professionals in Nigeria's healthcare and information technology sectors, with particular emphasis on the roles of supervisor support, compensation, benefits and workload. Data was collected through a questionnaire survey administered to a sample of 195 professionals, and analysed using Pearson correlation coefficients to assess the strength and direction of relationships among the examined variables. The findings reveal a significant positive correlation between supervisor support and job satisfaction (r = 0.540), underscoring the critical role of effective leadership in enhancing employee morale. Furthermore, satisfaction with salary and benefits exhibits a strong positive association with overall job satisfaction (r = 0.629), highlighting the importance of offering competitive remuneration packages. Contrary to conventional assumptions, the study also identifies a positive correlation between increased workload and job satisfaction (r = 0.572), suggesting that higher job demands may, under certain conditions, contribute positively to employee engagement and fulfilment. These insights offer valuable implications for organisational policy and human resource management within high-demand professional environments.

10.	2.	Петров, П. Влияние на организационните промени върху нагласите към дейностите по управление на човешките ресурси : [Електронен ресурс].

		Диалог : Електронно списание на СА "Д. А. Ценов" - Свищов, Свищов : Акад. изд. Ценов, 2018, 4, 60-73., ISSN(онлайн) 1311-9206. Достъпно на https://dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/4043
Резюме: Всяка една организация е обект на разнородни промени. Тяхното влияние може да се търси в различни направления. В областта на управлението на човешките ресурси от съществено значение за успеха на прилаганите дейности са нагласите на служителите. Целта на настоящата разработката е изследването на въздействието на организационните промени върху нагласите към дейностите по управление на човешките ресурси. На тази основа са изведени препоръки за ползотворно управление на разгледаното взаимодействие и постигане на положителен ефект за организацията, както при прилагането на дейностите за УЧР, така и при реализацията на организационните промени. ***Abstract:*** Every organisation is subject to diverse changes. Their influence can be traced in various directions. In the field of human resource management, employee attitudes are of essential importance for the success of the activities applied. The aim of the present study is to examine the impact of organisational changes on attitudes towards human resource management activities. On this basis, recommendations are derived for the beneficial management of the examined interaction and for achieving a positive effect for the organisation, both in the implementation of HRM activities and in the realisation of organisational changes.		
11.	3.	Петров, П. Трудовите ценности в контекста на управлението на човешките ресурси. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, Варна: Съюз на учените – Варна, 7, 2018, 1, 174-185., ISSN(печатно) 1314-7390, ISSN(онлайн) 2603-4085. Достъпно на https://www.su-varna.org/izdanij/2018/EconomicSciencesSeries_2018_1/Body_EconomicSciences_2018_1.pdf
Резюме: Трудовите ценности са важен конструкт по отношение на управлението на човешките ресурси. Те оказват влияние върху нагласите и поведението на служителите в организационен контекст. Целта на статията е да изясни същността на трудовите ценности и тяхната роля в контекста на управлението на човешките ресурси. Повечето изследвания се фокусират върху връзката между трудовите ценности и съответствието личност–организация, задържането на служителите, удовлетвореността от труда, мотивацията, трудовото представяне и културните различия. Въз основа на литературния обзор е разработен теоретичен модел на връзката „трудови ценности – дейности по управление на човешките ресурси“. ***Abstract:*** Work values are important construct in regard to human resource management. They exert influence on employees' attitudes and behavior in the organizational context. The aim of the article is to clarify the meaning of work values and their role in the context of human resource management. The majority of studies focus on the relation between work values and person-organization fit, retention, job satisfaction, motivation, job performance and cultural differences. A theoretical model of the relation "work values – human resource management activities" is developed from the literature overview.		
12.	4.	Dankova, P., Petrov, P. Students' Adaptation in Multicultural Environment. Vanguard Scientific Instruments in Management, Sofia: Eudaimonia

		Production Ltd., 12, 2016, 1, 137-153., ISSN(онлайн) 1314-0582. Достъпно на https://vsim-journal.info/index.php?journal=vsim&page=article&op=view&path%5B%5D=137
Резюме: Обучението в чужда страна предоставя възможност за пълно потапяне в друг език и култура. Учебната мобилност е един от основните начини, по които младите хора могат да укрепят бъдещата си пригодност за заетост, както и своята междукултурна осведоменост, личностно развитие, креативност и активно гражданство. Основният проблем, който възпрепятства положителното въздействие на мобилността, се крие в затруднената акултурация. Целта на изследването е да се идентифицират факторите, които влияят върху процеса на адаптация на студентите, участващи в мобилност. ***Abstract:*** Studying in a foreign country provides an opportunity for total immersion in another language and culture. Learning mobility is one of the fundamental ways in which young people can strengthen their future employability, as well as their intercultural awareness, personal development, creativity and active citizenship. The main problem which hinders the positive influence of mobility lies in the difficult acculturation. The aim of the research is to identify the factors which influence the adaptation process of mobility students.		
13.	5.	Добрев, Д., Петров, П. Предприемаческата активност в България. Авангардни научни инструменти в управлението, София: Евдемония Продъкшън ЕООД, 8, 2014, 1, 214-229., ISSN(онлайн) 1314-0582. Достъпно на https://vsim-journal.info/index.php?journal=vsim&page=article&op=view&path%5B%5D=406
Резюме: Предприемаческата активност има решаващо значение за просперитета на едно общество. Тя е ключовият фактор за успех в бизнеса и неговото дългосрочно развитие. Поради тази причина сме се спрели върху анализа на предприемаческата активност в България. В настоящата разработка ще разгледаме динамиката на предприемаческата активност за периода 2008 – 2012 година, след което ще потърсим причините за разкритите изменения (групирани в общи за Европейския съюз и специфични за България), и ще завършим с предложения за подобряване на условията на предприемаческата среда, които да стимулират предприемаческата активност в страната. ***Abstract:*** Entrepreneurial activity is of decisive importance for the prosperity of a society. It is the key factor for success in business and its long-term development. For this reason, we have focused on the analysis of entrepreneurial activity in Bulgaria. In the present study we examine the dynamics of entrepreneurial activity for the period 2008–2012, after which we look for the reasons behind the revealed changes (grouped into those common to the European Union and those specific to Bulgaria), and conclude with proposals for improving the conditions of the entrepreneurial environment in order to stimulate entrepreneurial activity in the country.		
14.	6.	Petrov, P., Kamenova-Timareva, M. A Key Performance Indicators Framework for Higher Education Institutions. Vanguard Scientific Instruments in Management, Sofia: Eudaimonia Production Ltd., 8, 2014, 1, 108-121., ISSN(онлайн) 1314-0582. https://vsim-

		journal.info/index.php?journal=vsim&page=article&op=view&path%5B%5D=397

Резюме: Висшето образование е основен фактор за конкурентоспособността на нациите и повишава конкуренцията и иновациите на вътрешните пазари. За да постигнат целите си, висшите училища се нуждаят от стратегическо планиране и трябва успешно да проследяват напредъка си към поставените цели. Това означава, че са необходими метрики, които да измерват организационното представяне на институционално ниво и да се използват вътре в организацията в подкрепа на стратегическия процес. Целта на статията е да предложи рамка за оценка на представянето на висшите училища чрез концепцията за ключови показатели за ефективност.

Abstract: Higher education is a main factor in the competitiveness of nations and rises the competition and innovation in the internal markets. In order to achieve their goals HEIs need strategic planning and do need to successfully track their progress towards the set goals. This means that we need metrics which should measure the organizational performance at the institutional level and be used inside the organization to support the strategic process. The aim of the article is to suggest a framework for the evaluation of the HEI performance using the key performance indicators concept.

15.	7.	Петрова, Ж., Петров, П. Изследване на релацията „лидерство – ефективност на управлението". Авангардни научни инструменти в управлението, София: Евдемония Продъкшън ЕООД, 9, 2014, 2, 205-227., ISSN(онлайн) 1314-0582. Достъпно на https://vsim-journal.info/index.php?journal=vsim&page=article&op=view&path%5B%5D=375

Резюме: Лидерството е един от феномените на груповата динамика и като такъв влияе върху представянето на екипите в организацията. Основна цел на разработката е да представи начините, чрез които лидерството влияе на управленския процес, изграждането, управлението и поддържането на ефективни екипни структури, както и постигане на устойчиви и положителни организационните резултати. За нейното постигане изследваме лидерските стилове в избрана организация и тяхното влияние върху работните екипи и взаимоотношенията ръководител – подчинен.

Abstract: Leadership is one of the phenomena of the group dynamics. As such, leadership influences the performance of the teams in an organization. The purpose of the paper is to present the ways in which leadership influences the management process, the development, management and sustaining of efficient teams, as well as the accomplishment of sustained positive organizational results. We examine the leadership styles in a case study of an organization and their influence on the teams and the superior-subordinate relationships.

16.	8.	Добрев, Д., Петров, П. Тенденции на заетостта в сектор ИКТ. Управление и устойчиво развитие, София: Лесотехнически университет, 2013, 4, 48-54., ISSN(печатно) 1311-4506. Достъпно на https://jmsd.bg/files/articles/41/41-08_D_Dobrev_P_Petrov.pdf

Резюме: Развитието на пазара, чийто основен ресурс е човешкият фактор, започва да налага своите ограничения. Специалистите в технологичния бранш, притежаващи качества над средните, представляват относително малка група, която не нараства с достатъчно бързи темпове поради редица фактори – от демографски до

социални и качествени, като например обучението по ИТ в България. Съществува необходимост от комплексни усилия от страна на образователните, държавните, браншовите и организационните структури с цел преодоляване на проблемите на сектора на информационните и комуникационните технологии (ИКТ).

Abstract: The development of the market, which main resource is the human factor, begins to impose its limitations. The specialists in the technological branch, who possess qualities above the average, represent a relatively small group, which does not grow at enough fast pace due to a number of factors – from demographic to social to qualitative, such as the IT education in Bulgaria. There is a necessity of complex efforts from educational, governmental, branches and organizational structures in order to overcome the problems of the ICT sector.

IV. Научни доклади по чл. 104, ал. 1, т.6 от ПРАС в ИУ - Варна

Общ номер	**Номер в група**	**Заглавие, библиографско описание, линк към съдържанието им в електронен формат, в случай че е налично**
17.	1.	Petrov, P., Miteva, D., Ivanova, K. Achieving Prominence in the Digital Age. Economic Science, Education and the Real Economy: Development and Interactions in the Digital Age : Proceedings of the Jubilee International Scientific Conference dedicated to the 100th anniversary of the UE - Varna : T. 4., Varna : Science and Economic Publ. House, 4, 2020, 507-518., ISBN(печатно) 978-954-21-1040-8. Достъпно на https://ue-varna.bg/uploads/filemanager/303/publishing-complex/2020/Economic_science_education_real_economy_T4_2020.pdf

Резюме: Настоящата разработка има за цел да представи преглед на проекта PROMINENCE (2017 – 2020) – съвместен проект на седем университета от ЕС, разработващ комплекс от умения за пригодност за заетост на студентите. Тя се стреми да очертае целите на проекта, да обсъди работата в процес на изпълнение и да обобщи резултатите. Аргументира се, че двете международни обучения по проекта, двете проведени анкети (сред бизнеса и сред студентите), както и разработената онлайн интерактивна платформа за учене и разпространението на резултатите от проекта са забележителни примери за интернационализация на висшето образование и ефективно партньорско сътрудничество. Със специален фокус върху усъвършенстването на междукултурната комуникация и лидерските умения, проектът предлага ефективна и иновативна рамка за висшите учебни заведения в международна среда, като адекватно отговаря на изискванията на бизнеса в дигиталната епоха.

Abstract: This paper aims to provide an overview of the PROMINENCE project (2017 – 2020), a collaborative project of seven EU universities, developing a set of employability skills in our students. It intends to outline the project goals, discuss work in progress and summarise results. It argues that the project two international trainings, two surveys (with businesses and with students), as well as the developed online interactive learning platform and the dissemination of project results are outstanding examples of HE internationalization and efficient partner collaboration. With a special focus on enhancing

intercultural communication and leadership skills, the project provides an effective innovative framework for HEIs across boundaries while responding adequately to the requirements of the business in the digital age.		
18.	2.	Стоянова, Д., Петров, П. Интернет присъствие на производителите на горно облекло във Варненска област. Индустриален бизнес и предприемачество - иновации в науката и практиката : Сборник с доклади от науч.-практ. конференция посв. на 70 г. от създаването на спец. Индустриален бизнес и предприемачество в ИУ, Варна: Наука и икономика, 2018, 272-283., ISBN(печатно) 978-954-21-0982-2. Достъпно на https://ue-varna.bg/uploads/filemanager/303/publishing-complex/2018/Industrialen_biznes_predpriemachestvo_inovacii_2018.pdf
Резюме: Адекватното присъствие в онлайн пространството е фактор за развитието и просперитета на всяка една организация. Основна цел на настоящото изследване е да установи интернет присъствието на предприятията, произвеждащи горно облекло на територията на Варненска област, посредством проучване на техните уебсайтове, активности в социалните мрежи и регистрации в уеб каталози. Набелязани са мерки за подобряване на онлайн присъствието на изследваните предприятия. ***Abstract:*** The adequate presence in the web space is a factor in the development and prosperity of any organization. The aim of the study is to investigate the Internet presence of the companies producing outwear on the territory of the Varna district, by studying their websites, social networking activities and web catalog registrations. Measures have been identified to improve the online presence of the enterprises.		
19.	3.	Dankova, P., Petrov, P. Students' Adaptation during Educational Mobility: Socio-Cultural Challenges. International Scientific Conference on Knowledge for Market Use 2016: Our Interconnected and Divided World, 8-9.09. 2016, Olomouc : Conference Proceedings, Olomouc : Palacky University in Olomouc, 2016, 352-358., ISBN(онлайн) 978-80-87533-14-7. Достъпно на https://kems.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kae/knowcon/proceedings/2016-Knowledge_for_Market_Use_Proceedings.pdf
Резюме: Нашият взаимосвързан свят предлага много възможности за младите хора да пътуват и да натрупват нов опит. Образователната мобилност е сред най-увлекателните, но и предизвикателни от тях. Целта на настоящото изследване е да идентифицира и разгледа различните предизвикателства на социокултурната адаптация по време на образователната мобилност на студентите. Проведена е анкета сред студенти по програма ERASMUS в различни европейски университети. Резултатите помогнаха да се разбере разнообразието и дълбочината на социокултурните предизвикателства. На тази основа са направени редица предложения за подпомагане на процеса на адаптация на студентите. ***Abstract:*** Our interconnected world offers many chances for young people to travel and gather new experiences. The educational mobility is among the most fascinating but also challenging ones. The aim of our research is to identify and examine the different challenges of socio-cultural adaptation during students' educational mobility. We have conducted a survey among ERASMUS students in different European universities. The results have helped us to comprehend the variety and depth of the socio-cultural challenges. On this basis some suggestions have been made for fostering the students' adaptation process.		

20.	4.	Петров, П. Интерактивни методи за е-обучение във висшето образование. Първа варненска конференция за електронно обучение и управление на знанието: Мост между средното и висшето образование : Сборник доклади, 30 септ. - 1 окт. 2016 , Варна : Медицински университет "Проф. д-р П. Стоянов", 2016, 37-43., ISBN(печатно) 978-619-221-043-4. Достъпно на https://journals.mu-varna.bg/index.php/conf/article/view/5659

Резюме: Нашият динамичен и технологично напреднал живот поставя нови предизвикателства във всички области. Днес висшето образование се стреми към добре балансиран подход на преподаване между традицията и новостта. През последните две десетилетия електронното обучение придобива все по-голяма популярност и намира своето място във висшето образование като нов начин на преподаване. Липсата на комуникация лице в лице се заменя с интерактивни дейности. Целта на настоящия доклад е да разгледа различните интерактивни методи в средата за е-обучение и да изследва тяхното приложение в курсовете на висшето образование. Проведена е анкета сред преподаватели, водещи е-обучение в Икономически университет – Варна. Изследвани са техните нагласи и използването на различни инструменти за е-обучение. Резултатите могат да послужат като полезен принос за определяне на конкретни потребности от обучение и за подобряване на образователния процес.

Abstract: Our fast-paced and technologically advanced life sets new challenges in all areas. Higher education nowadays strives for a well-balanced between tradition and novelty teaching approach. E-learning has become increasingly popular in the last two decades and it has found its place in higher education as a new way of teaching. The lack of face to face communication is substituted with interactive activities. The aim of this paper is to review different interactive methods in e-learning environment and examine their implication in higher education courses. We have conducted a survey among e-learning tutors at the University of Economics – Varna. We have examined their attitudes and the usage of different e-learning instruments. The findings could be a useful input for addressing certain training needs and improving the educational process.

21.	5.	Станимирова, М., Петров, П., Калпачев, С. Модел за изграждане на иновативна партньорска мрежа за устойчиво функциониране университет - бизнес. Наръчник за изграждане на иновативна партньорска мрежа за устойчиво взаимодействие университет – бизнес, София: Диджитал Маркетинг Груп ЕООД, 2015, 9-26., ISBN(печатно) 978-619-90213-4-7. Достъпно като PDF

Резюме: Докладът представя модел за изграждане на иновативна партньорска мрежа за устойчиво взаимодействие между университет и бизнес, разработен въз основа на анализ на добри иновативни практики в страната и чужбина в тази област. Проучени са готовността на бизнеса и браншовите организации за включване в система за сътрудничество, нагласите на студентите за предоставяне на данни, както и мнението на преподавателите от Икономически университет – Варна относно необходимостта от такава мрежа и готовността им за участие. На тази база е разработен модел, представен като система от три подсистеми: „Кариерно развитие“, „Образователен процес“ и „Консултиране на бизнеса“. Описват се структурата и модулите на всяка подсистема (новини, събития, обяви за стаж/работа, проекти с участие на студенти, области на консултиране и др.), целевите групи потребители

(студенти, алумни, кандидат-студенти, представители на бизнеса, администрацията и НПО сектора) и функционалността на платформата за всяка от тях. Моделът цели устойчива, автономна и лесно поддържана система за сътрудничество, носеща ползи за университета, студентите, бизнеса и обществото.

Abstract: The paper presents a model for building an innovative partnership network for sustainable university–business interaction, developed on the basis of an analysis of good innovative practices in this field in Bulgaria and abroad. The readiness of businesses and branch organisations to join a cooperation system, students' attitudes towards providing data, as well as the opinion of lecturers at the University of Economics – Varna regarding the need for such a network and their readiness to participate, were examined. On this basis, a model was developed, presented as a system of three subsystems: "Career Development," "Educational Process" and "Business Consulting." The structure and modules of each subsystem are described (news, events, internship/job postings, projects involving students, consulting areas, etc.), as are the target user groups (students, alumni, prospective students, representatives of business, administration and the NGO sector) and the functionality of the platform for each of them. The model aims at a sustainable, autonomous and easily maintained cooperation system that brings benefits to the university, students, business and society.

22.	6.	Станимирова, М., Петров, П. Правила за поддържане на устойчиво функциониране на изградената партньорска мрежа университет - бизнес. Наръчник за изграждане на иновативна партньорска мрежа за устойчиво взаимодействие университет – бизнес, София: Диджитал Маркетинг Груп ЕООД, 2015, 29-34., ISBN(печатно) 978-619-90213-4-7. Достъпно като PDF

Резюме: Докладът формулира правила за поддържане на устойчивото функциониране на изградената партньорска мрежа университет – бизнес на Икономически университет – Варна. Изхожда се от изискването висшите училища да съчетават хармонично образователната и научно-изследователската дейност със социалната си мисия, като целта на изградената платформа за сътрудничество е установяване на продуктивен диалог с бизнеса за подпомагане на успешната реализация на завършващите. Изведени са шест основни правила, към които университетът следва да се придържа: осигуряване на непрекъснато професионално развитие на студентите и на условия за реализация на преподавателите; откритост на университета към бизнеса, неправителствения сектор, публичната администрация и отделни лица; изграждане на „дружелюбен интерфейс“ и ефективен механизъм за комуникация с външната среда чрез иновативна електронна платформа; развитие на предприемаческо и проектно мислене у студенти, преподаватели и външни партньори; поддържане на открита и достъпна социална инфраструктура и позициониране на университета като социално отговорна институция; и създаване на условия за практическо апробиране на постигнатите от студенти и преподаватели резултати. Спазването на правилата следва да подпомогне изграждането на предприемаческа среда в ИУ – Варна и успешната реализация на завършващите висше образование.

Abstract: The paper formulates rules for maintaining the sustainable functioning of the established university–business partnership network at the University of Economics – Varna. It proceeds from the requirement that higher education institutions harmoniously combine their educational and research activities with their social mission, the goal of the established cooperation platform being to establish a productive dialogue with business in

support of the successful career realisation of graduates. Six main rules are derived, which the university should adhere to: ensuring the continuous professional development of students and conditions for the career realisation of lecturers; openness of the university towards business, the non-governmental sector, the public administration and individuals; building a "friendly interface" and an effective mechanism for communication with the external environment through an innovative electronic platform; developing entrepreneurial and project thinking among students, lecturers and external partners; maintaining an open and accessible social infrastructure and positioning the university as a socially responsible institution; and creating conditions for the practical testing of the results achieved by students and lecturers. Compliance with the rules should help build an entrepreneurial environment at UE – Varna and the successful career realisation of higher-education graduates.

23.	7.	Петров, П. Критерии за оценка на ефективността на изградената партньорска мрежа университет - бизнес. Наръчник за изграждане на иновативна партньорска мрежа за устойчиво взаимодействие университет – бизнес, София: Диджитал Маркетинг Груп ЕООД, 2015, 35-41., ISBN(печатно) 978-619-90213-4-7. Достъпно като PDF

Резюме: Докладът представя система от критерии за оценка на ефективността на изградената партньорска мрежа университет – бизнес на Икономически университет – Варна. Критериите са структурирани в четири основни направления: цялостно функциониране на онлайн платформата за сътрудничество (посещения, регистрирани потребители, публикувани новини и събития, обяви и покани, преглеждания на потребителски профили); активност на регистрираните потребители (честота на влизане, търсения, преглеждания на новини); функциониране на трите подсистеми на платформата – „Кариерно развитие" (стажантски и работни позиции, менторство, заетост на обявените места), „Образователен процес" (казуси, покани за проектни предложения, ангажираност на преподаватели и работодатели) и „Консултиране на бизнеса" (търсене и предлагане на консултантски услуги); и сътрудничество между целевите групи (интерес към партньорство, сключени договори, реализирани съвместни инициативи). За всеки критерий е посочен конкретен измерител, периодичност на измерване и цел на оценяването. Системата от критерии осигурява възможност за контрол и усъвършенстване на функционалността на платформата за партньорство между университета и бизнеса.

Abstract: The paper presents a system of criteria for evaluating the effectiveness of the established university–business partnership network at the University of Economics – Varna. The criteria are structured into four main areas: the overall functioning of the online cooperation platform (visits, registered users, published news and events, job/internship postings and invitations, profile views); the activity of registered users (login frequency, searches, news views); the functioning of the platform's three subsystems – "Career Development" (internship and job positions, mentoring, occupancy of posted positions), "Educational Process" (case studies, calls for project proposals, engagement of lecturers and employers) and "Business Consulting" (supply and demand for consulting services); and cooperation among the target groups (interest in partnership, contracts concluded, joint initiatives realised). For each criterion, a specific indicator, measurement frequency and evaluation objective are specified. The system of criteria provides the possibility to monitor and improve the functionality of the university–business partnership platform.

24.	8.	Петров, П., Кралева, В., Антонова, В. Анализ на резултатите от проучване на необходимостта от разработване на иновативна партньорска мрежа за сътрудничество университет - бизнес и готовността на студенти, преподаватели и бизнес за включване в нея. Добри практики за иновативно взаимодействие "университет - бизнес", София: Диджитал Маркетинг Груп ЕООД, 2014, 77-100., ISBN(печатно) 978-619-90213-3-0. Достъпно като PDF

Резюме: Докладът представя резултатите от анкетно проучване, проведено в рамките на проект „Иновативна партньорска мрежа за устойчиво сътрудничество университет – бизнес“ (BG051PO001-7.0.07-0036), сред четири целеви групи – настоящи студенти, завършили студенти на ИУ – Варна (до 29-годишна възраст), преподаватели и бизнес организации. Анализирани са 722 отговора от студенти, 221 от завършили, 59 от преподаватели и 24 от бизнес организации, събрани през януари–февруари 2014 г. Изследвана е информационната обезпеченост на студентите относно организацията на студентските стажове, като се откроява съществено разминаване между оценките на преподавателите и студентите – преподавателите считат студентите за по-добре информирани, отколкото те самите се възприемат. Оценена е и готовността на всяка от групите за участие в партньорската мрежа: над 80% от студентите, около 60% от завършилите и над 70% от преподавателите и бизнес организациите изразяват готовност за включване в различни съвместни дейности. На база резултатите се обосновава необходимостта от изграждане на електронна система за сътрудничество университет – бизнес и се формулират конкретни препоръки за съдържанието на профилите на студенти, преподаватели и бизнес организации в бъдещата платформа. Изводът е, че основите за партньорство между трите страни са положени и е необходим механизъм, който да канализира процеса.

Abstract: The paper presents the results of a questionnaire survey conducted within the project “Innovative Partnership Network for Sustainable University–Business Cooperation” (BG051PO001-7.0.07-0036), among four target groups – current students, graduates of UE – Varna (up to 29 years of age), lecturers and business organisations. A total of 722 responses from students, 221 from graduates, 59 from lecturers and 24 from business organisations were analysed, collected in January–February 2014. The information awareness of students regarding the organisation of student internships was examined, revealing a significant discrepancy between the assessments of lecturers and students – lecturers consider students to be better informed than students perceive themselves to be. The readiness of each group to participate in the partnership network was also assessed: over 80% of students, around 60% of graduates and over 70% of lecturers and business organisations express readiness to engage in various joint activities. Based on the results, the need to build an electronic system for university–business cooperation is substantiated, and specific recommendations are formulated regarding the content of the profiles of students, lecturers and business organisations in the future platform. The conclusion is that the foundations for partnership among the three parties have been laid and a mechanism is needed to channel the process.

25.	9.	Петров, П. Приложение на метриките за оценка на междукултурните различия. Научна конференция на младите научни работници : 2013 : Сборник с доклади, Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2013, 350-357., ISSN(печатно) 1314-4812. Достъпно на https://eclipse.ue-varna.bg/catalog/view/VYGMKTD7LW

Резюме: В условията на международен бизнес интернационалните компании обръщат все по-голямо внимание на културния фактор. Междукултурните различия влияят върху разнообразни аспекти от фирмената дейност – по управлението на човешките ресурси, предлагането на продукти и услуги, до организирането на работните процеси. Това налага тяхното задълбочено изучаване. В настоящата разработка разглеждаме различни метрики за оценка на междукултурните различия, като основната цел на доклада е да изведе насоки за успешно прилагане на тези метрики в интернационална среда.

Abstract: In the context of international business, international companies are paying increasing attention to the cultural factor. Intercultural differences affect various aspects of company activity – from human resource management and the offering of products and services to the organisation of work processes. This calls for their in-depth study. In the present paper we examine various metrics for assessing intercultural differences, the main aim of the paper being to derive guidelines for the successful application of these metrics in an international environment.

26.	10.	Petrov, P., Kamenova-Timareva, M. Cause Marketing - an Approach Towards Corporate Social Responsibility in Bulgaria. Intern. Conf. on Marketing. 2013 „Challenging Environment“, Colombo, Sri Lanka : Leap Business Management, 2013, 359-369., ISSN(печатно) 2279-3038. Достъпно на https://www.researchgate.net/publication/343480450_Cause_marketing_-_an_approach_towards_corporate_social_responsibility_in_Bulgaria

Резюме: Маркетингът, обвързан с кауза (cause marketing), е широко разпространен маркетингов подход, който съчетава усилията на компании и неправителствени организации в полза на двете страни. Той може ефективно да адресира разнообразни социални и екологични проблеми, като едновременно с това изгражда положителен корпоративен имидж и разширява пазарния дял на компаниите. Целта на разработката е да се идентифицират характеристиките на този подход като средство за корпоративна социална отговорност на компании, опериращи в България. Използвани са описателен подход и анализ на съдържанието: практиките са категоризирани според установените характеристики, разгледани са видовете сътрудничество между изследваните компании и неправителствените организации, а впоследствие са идентифицирани елементите от маркетинговия микс, прилагани в кампаниите. Извадката обхваща 50 случайно избрани компании, опериращи в България, при отчитане единствено на публично декларираната информация за проведени кампании. Изводите могат да послужат като полезен принос за преодоляване на определени пропуски в дейностите по маркетинг, обвързан с кауза, в България, а изследването очертава и полезни насоки за бъдещи проучвания в тази област.

Abstract: Cause marketing is a widely used marketing approach that combines the efforts of companies and non-profit organisations, benefiting both parties. It can effectively address a range of social and environmental issues while delivering a positive corporate image and enlarging market share. The purpose of this paper is to identify the characteristics of cause marketing as an approach to corporate social responsibility among companies operating in Bulgaria. A descriptive approach and content analysis are applied: cause marketing practices are categorised according to their characteristics, the types of collaboration between the surveyed companies and non-profit organisations are examined, and the marketing mix elements used in cause-related campaigns are identified. The sample

comprises 50 randomly selected companies operating in Bulgaria, taking into account only publicly declared information on cause marketing campaigns. The findings provide a useful input for addressing certain gaps in cause marketing activities in Bulgaria and outline promising directions for future research in this field.		
27.	11.	Петров, П. Симулиране на конкурентна пазарна среда в обучението по общ маркетинг. Годишник на ВУМК: Четвърта международна научно-приложна сесия за млади изследователи „Модерни методи на образование“, Добрич : ВУМК, VI, 2013, 54-59., ISSN(печатно) 1312-6539. Достъпно на https://www.researchgate.net/publication/343480769_Simulirane_na_konkurentna_pazarna_sreda_v_obucenieto_po_obs_marketing
Резюме: Игровизацията се превръща във все по-популярен метод за активно обучение. Поставянето на обучаващите се в близка до реалността ситуация подпомага възприемането на учебния материал, както и повишава мотивацията за учене. Целта на настоящата разработка е да представи модел за симулиране на конкурентна пазарна среда в обучението по общ маркетинг. В изложението подробно ще разгледаме условията на модела, както и основните стъпки в неговото прилагане. За отправна точка използваме учебната програма по дисциплината „Маркетинг“, като ще покажем как се включват отделните теми в едно комплексно практическо задание, което служи не само като метод на преподаване, но и като инструмент за оценяване на студентите. В заключителната част ще представим някои резултати от прилагането на модела. ***Abstract:*** Gamification is becoming an increasingly popular method of active learning. Placing learners in a situation close to reality supports the assimilation of the study material and increases motivation to learn. The purpose of this paper is to present a model for simulating a competitive market environment in the teaching of the Principles of Marketing course. The paper examines in detail the conditions of the model as well as the main steps in its implementation. As a starting point, the curriculum of the "Marketing" discipline is used, showing how the individual topics are incorporated into a complex practical assignment that serves not only as a teaching method but also as a tool for assessing students. The final part presents some results from the application of the model.		
28.	12.	Petrov, P., Kamenova-Timareva, M. Corporate social responsibility peculiarities in Bulgaria. Multidisciplinary Academic Research , Prague: AV consulting o.s., 2012, MAC12067., ISBN(онлайн) 978-80-260-2184-1. Достъпно като PDF
Резюме: Въведение: Социалната отговорност става все по-значима част от бизнеса по света. Тя оказва голямо влияние не само върху корпоративния имидж, но и върху устойчивото развитие на икономиките. Цел: Целта на настоящия доклад е да идентифицира особеностите на корпоративната социална отговорност (КСО) при компании, опериращи в България. Дизайн/методология/подход: Използван е описателен подход, анализ на съдържанието и корелационен анализ. Представени са практиките за КСО на изследваните компании по различни категории. След това е разгледан обхватът на дейностите по КСО на анкетираните организации. Следващият етап от изследването включва тестване на корелацията между разнообразието от практики за КСО и някои финансови показатели. Ограничения на изследването: Извадката съдържа 50 случайно избрани компании, опериращи в България. Взети са предвид само декларираните практики за КСО. Практическо приложение:		

Констатациите могат да послужат като полезен принос за преодоляване на определени пропуски в дейностите по КСО в България. Оригиналност/стойност: Сравнително изследване на практиките за КСО в България, което предлага насоки за бъдещи изследвания. Бъдещи изследвания: Предложенията за бъдещи изследвания включват разглеждане на развитието на дейностите по КСО в България преди и след глобалната икономическа криза, обема на инвестициите в КСО в България и др.

Abstract: Introduction: Social responsibility is becoming an increasingly significant part of business worldwide. It exerts a major influence not only on corporate image but also on the sustainable development of economies. Purpose: The purpose of this paper is to identify the peculiarities of corporate social responsibility (CSR) among companies operating in Bulgaria. Design/methodology/approach: A descriptive approach, content analysis and correlation analysis are used. The CSR practices of the surveyed companies are presented by various categories. The scope of the CSR activities of the surveyed organisations is then examined. The next stage of the study involves testing the correlation between the diversity of CSR practices and certain financial indicators. Research limitations: The sample contains 50 randomly selected companies operating in Bulgaria. Only declared CSR practices are taken into account. Practical implications: The findings may serve as a useful contribution to overcoming certain gaps in CSR activities in Bulgaria. Originality/value: A comparative study of CSR practices in Bulgaria, offering guidance for future research. Future research: Suggestions for future research include examining the development of CSR activities in Bulgaria before and after the global economic crisis, the volume of CSR investment in Bulgaria, and others.

29.	13.	Петров, П. Вътрешният маркетинг - инструмент за подобряване на маркетинговата ефективност. Маркетингът - реалност и проекции в бъдещето : Сб. докл. от междунар. науч. конф., [ИУ - Варна, 2012], Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2012, 465-472., ISBN(печатно) 978-954-21-0615-9. Достъпно на https://www.researchgate.net/publication/343473760_Vtresniat_marketing_-_instrument_za_povisavane_na_marketingovata_efektivnost

Резюме: Докладът разглежда вътрешния маркетинг като управленски подход за подобряване на маркетинговата ефективност на организацията. Изяснена е същността на понятието и причините, поради които то все още не е достатъчно популярно сред организациите – разнопосочните виждания за целите, методите и обектите на вътрешния маркетинг, доминиращата роля на външните маркетингови активности, по-трудната измеримост на резултатите, както и неяснотата в чий ресор се намират съответните дейности – на човешките ресурси или на маркетинга. Проследено е развитието на концепцията през три основни етапа – от разбирането за служителите като „вътрешни клиенти“, през прилагането на маркетингови техники за подобряване на вътрешнофирмените взаимодействия, до по-широкото ѝ включване в стратегическото управление и организационните промени. Разгледани са основните елементи на вътрешния маркетинг (мотивация и удовлетвореност на служителите, ориентация към клиента, координация и интеграция между функциите, маркетингов подход към управлението на човешките ресурси, разпространение на маркетингови и немаркетингови инициативи сред служителите) и са представени примери за успешното му прилагане от компании като Atlantic Richfield, Barclays Card Services, Cisco, Eastman Chemical, Lloyds TSB, Midland Bank, Sears, Thomas Cook и Virgin. В заключение вътрешният маркетинг е характеризиран като „липсващото звено“ в

традиционните маркетингови дейности на компанията, тъй като подобрява мотивацията на служителите, изгражда клиентска ориентация, осигурява качество на вътрешнофирмените процеси, подпомага организационната промяна и улеснява прилагането на фирмените стратегии, повишавайки цялостната ефективност на маркетинга.

Abstract: This paper examines internal marketing as a managerial approach to improving an organisation's marketing effectiveness. The essence of the concept is clarified, along with the reasons why it is still not sufficiently popular among organisations - divergent views on the goals, methods and objects of internal marketing, the dominant role of external marketing activities, the greater difficulty of measuring results, and the lack of clarity as to whether the relevant activities fall under human resources or marketing. The evolution of the concept is traced through three main stages - from viewing employees as "internal customers", through applying marketing techniques to improve internal company interactions, to its broader inclusion in strategic management and organisational change. The main elements of internal marketing are examined (employee motivation and satisfaction, customer orientation, coordination and integration between functions, a marketing approach to human resource management, and the dissemination of marketing and non-marketing initiatives among employees), and examples of its successful application are presented from companies such as Atlantic Richfield, Barclays Card Services, Cisco, Eastman Chemical, Lloyds TSB, Midland Bank, Sears, Thomas Cook and Virgin. In conclusion, internal marketing is characterised as the "missing link" in a company's traditional marketing activities, as it improves employee motivation, builds customer orientation, ensures the quality of internal processes, supports organisational change and facilitates the implementation of corporate strategies, thereby increasing the overall effectiveness of the company's marketing.

30.	14.	Петров, П. Оценяването на персонала като подход за повишаване на мотивацията. Мениджмънт и предприемачество : Девета науч. конф., Пловдив : Техн. унив. - София, филиал Пловдив, 2012, 57-60., ISSN(печатно) 1313-9460. Достъпно на https://www.researchgate.net/publication/343473613_Ocenavaneto_na_personala_kato_podhod_za_povisavane_na_motivaciata

Резюме: Като ключов ресурс в организацията, нейният персонал има решаващо влияние върху крайните резултати. Представянето на всеки служител е от значение за просперитета на фирмата, което налага неговото внимателно управление. В основата на непрекъснатото подобряване на представянето стои неговото оценяване. То осигурява възможност за коректно поставяне на цели пред служителите и следене на прогреса в реализацията им. По този начин може да се използва и като инструмент за повишаване на мотивацията на персонала. В настоящата разработка ще разгледаме същността на оценяването, неговите основни цели, елементите на системата за оценяване, различните методи за оценяване и тяхното влияние върху мотивацията на служителите.

Abstract: As a key resource in the organisation, its personnel have a decisive influence on the final results. Each employee's performance is important for the prosperity of the company, which requires careful management. Performance appraisal underlies the continuous improvement of performance. It provides the opportunity to correctly set goals for employees and to monitor progress in their achievement, and can thus also be used as a tool for increasing staff motivation. This paper examines the essence of performance

appraisal, its main objectives, the elements of the appraisal system, the various appraisal methods, and their influence on employee motivation.		
31.	15.	Петров, П. Приложение на ролевите игри за засилване на връзката теория-практика в обучението по маркетинг. Мениджмънт и предприемачество : Девета науч. конф., Пловдив : Техн. унив. - София, филиал Пловдив, 2012, 61-65., ISSN(печатно) 1313-9460. Достъпно на https://www.researchgate.net/publication/343473858_Prilozenie_na_rolevite_igri_za_zasilvane_na_vrzkata_teoria-praktika_v_obucenieto_po_marketing
Резюме: Сред средствата за подобряване на резултатността в работата със студентите са новите методи на обучение: симулации, ролеви игри, дистанционно обучение, извънаудиторни занимания и др. В настоящата разработка ще се спрем по-подробно на ролевите игри като техника за усвояване на учебния материал в семинарните занятия. Основни фактори за този избор са: практическата насоченост на подхода, успешното усвояване не само на теоретичния материал, но и на разнообразни умения от студентите, ролята му за повишаване на мотивацията на обучаваните в учебния процес, изграждане на компетенции за справяне с реални проблемни ситуации от бизнеса. Целта на доклада е да се изведат ключовите характеристики на ролевите игри и възможностите за приложението им в обучението по маркетинг. ***Abstract:*** Among the means for improving performance in working with students are new teaching methods: simulations, role-play, distance learning, extracurricular activities, and others. This paper focuses in more detail on role-play as a technique for mastering study material during seminar classes. The main factors behind this choice are: the practical orientation of the approach, the successful acquisition not only of theoretical material but also of a variety of skills by students, its role in increasing learners' motivation in the educational process, and the development of competences for dealing with real business problem situations. The aim of the paper is to identify the key characteristics of role-play and the possibilities for its application in marketing education.		
32.	16.	Петров, П. Предимства и недостатъци от използването на експатриати в международния бизнес. Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката : Сб. докл. от междунар. науч. конф., Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 4, 2012, 260-266., ISBN(печатно) 978-954-21-0603-6. Достъпно на https://ue-varna.bg/uploads/filemanager/303/publishing-complex/2012/Tendencii-razvitie-ikonomika-IV-2012.pdf
Резюме: Международният бизнес търпи непрекъснато развитие, като използването на привнесени знания и умения в дейността на отделните филиали е условие за постигане на конкурентно предимство. Докладът разглежда основните предимства и недостатъци от използването на експатриати като източник на знания и умения в международните компании, като анализира ползите и разходите както за организацията, така и за самия служител. Направен е преглед на класификацията на служителите в интернационалните компании (местни кадри и различни категории експатриати) и на трите основни подхода за назначаване на персонал – етноцентричен, полицентричен и геоцентричен. Анализът се допълва с актуални данни за тенденциите при назначаването на експатриати – равнище на заплащане, полова и възрастова структура, продължителност на договорите и влиянието на световната икономическа криза върху намаляването на техния брой. В заключение се извеждат препоръки за успешното използване на експатриати в дейността на международните компании,		

включително оптимизиране на разходите чрез по-кратък цикъл на заетост и прилагане на модели за развитие на мултинационалния мениджмънт.

Abstract: International business is undergoing continuous development, and the use of imported knowledge and skills in the operations of individual subsidiaries is a condition for achieving competitive advantage. The paper examines the main advantages and disadvantages of using expatriates as a source of knowledge and skills in international companies, analysing the benefits and costs for both the organisation and the employee. A review is made of the classification of staff in international companies (local personnel and various categories of expatriates) and of the three main approaches to staffing – ethnocentric, polycentric and geocentric. The analysis is complemented with current data on trends in the appointment of expatriates – pay levels, gender and age structure, contract duration, and the impact of the global economic crisis on the reduction of their numbers. In conclusion, recommendations are drawn up for the successful use of expatriates in the operations of international companies, including cost optimisation through a shorter employment cycle and the application of models for developing multinational management.

33.	17.	Kamenova-Timareva, M., Petrov, P. A survey of the talent management practices in Bulgarian restaurants. Proceedings of the Virtual Intern. Conf. on Advanced Research in Sci. Fields., Zilina: EDIS - Publishing Institution of the University of Zilina, 2012, 80-83., ISSN(печатно) 1338-9831, ISBN(печатно) 978-80-554-0606-0. Достъпно като PDF

Резюме: Настоящата статия представя предварително проучване на практиките за управление на таланти в извадка от български ресторанти. Извадката съдържа 30 случайно избрани ресторанта. Резултатите се използват за формулиране на определение за талантлив служител в тази индустрия, за очертаване на разпространените методи за идентифициране на таланти, на най-важните фактори при оценката на таланти, целите на управлението на таланти и за установяване на някои от проблемите при прилагането на програма за управление на таланти. В заключение се предлагат насоки за бъдещи изследователски възможности в тази област.

Abstract: This paper presents a preliminary survey of the talent management practices in a sample of Bulgarian restaurants. The sample contains 30 randomly selected restaurants. We use the results to frame a definition of the talented employee in this industry, the common methods for identifying talents, the most important factors in talent assessment, talent management goals and to determine some of the problems when executing a talent management program. We conclude with suggestions for future research possibilities in this area.

V. Учебници и учебни помагала по чл. 104, ал. 1, т.6 от ПРАС в ИУ - Варна

Общ номер	Номер в група	Заглавие, библиографско описание, линк към съдържанието им в електронен формат, в случай че е налично
34.	1.	Коев, Й., Апостолов, А., Димова, А., Димитрова, Т., Велева, М., Антонова, К., Колева, В., Петров, П. Управление на човешките ресурси : [Учебник за студентите от ИУ - Варна]. Варна : Наука и икономика, 2017, 382., ISBN(печатно) 978-954-21-0938-9. Достъпно на https://eclipse.ue-varna.bg/catalog/view/YGBAHR683Q

Резюме: Глава 15 „Глобализация на човешките ресурси“ от учебника „Управление на човешките ресурси“ (ИУ – Варна, 2017) разглежда европейската перспектива на българския трудов пазар в контекста на глобализационните процеси. Проследени са произходът и същността на понятията за свободно придвижване и право на труд в рамките на ЕС, гражданството на Съюза, както и основните мерки и стратегии на ЕС за развитие на трудовия пазар – Лисабонската стратегия и стратегията „Европа 2020“ с нейните седем водещи инициативи. Разгледано е мястото на общия европейски пазар на труда като част от общото икономическо пространство, както и позитивните и негативните страни на глобализацията на трудовия пазар за национално локализираните фирми. Анализирано е влиянието на миграционните потоци (вътрешни, входящи и изходящи) върху европейския и българския трудов пазар, включително тенденциите в емиграцията и имиграцията на населението и бежанската криза от 2014–2016 г. Очертани са предизвикателствата пред управлението на човешките ресурси при интегрирането на националния пазар на труда към европейските реалности – ниска конкурентоспособност, трудова емиграция, застаряване на населението, разминаване между изискванията на работодателите и подготовката на кадрите – и са изведени задачи пред държавните институции и бизнеса за преодоляването им. Главата завършва с контролни въпроси за самоподготовка.

Abstract: Chapter 15, “Globalisation of Human Resources,” from the textbook “Human Resource Management” (UE – Varna, 2017), examines the European perspective of the Bulgarian labour market in the context of globalisation processes. The origin and essence of the concepts of free movement and the right to work within the EU and Union citizenship are traced, as well as the main EU measures and strategies for labour-market development – the Lisbon Strategy and the “Europe 2020” strategy with its seven flagship initiatives. The place of the common European labour market as part of the common economic area is examined, along with the positive and negative aspects of labour-market globalisation for nationally localised firms. The influence of migration flows (internal, incoming and outgoing) on the European and Bulgarian labour markets is analysed, including trends in emigration and immigration of the population and the 2014–2016 refugee crisis. The challenges facing human resource management in integrating the national labour market with European realities are outlined – low competitiveness, labour emigration, an ageing population, and a mismatch between employer requirements and workforce preparation – and tasks are derived for state institutions and business to overcome them. The chapter concludes with self-assessment review questions.

гр. Варна,
17.09.2026г.

Подпис:…….....
(Петър Петров)