



ДО

Научното жури, определено със заповед РД 06-103/09.06.2022 г. на Ректора на Икономически университет – Варна, за провеждане на конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (анализ на маркетингово съдържание)“, обявен в ДВ, бр.36/13.05.2022 г.

## СТАНОВИЩЕ

относно

кандидатура за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ в  
Икономически университет – Варна по професионално направление 3.8. Икономика, научна  
специалност „Маркетинг (анализ на маркетинговото съдържание)“

Участник в Д-р Свилен Венков Иванов  
конкурса:

Основание за написване на становището: Обявен конкурс за академична длъжност „доцент“ по област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление: 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг (анализ на маркетингово съдържание)“ обявен в ДВ, бр. 36 от 13.05.2022 г., на основание чл. 4 във връзка с чл. 26 от ЗРАС в Република България, чл. 66 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна и решение на факултетния съвет на Факултет „Управление“ (протокол №34 от 31.05.2022 г., Заповед №РД 06-103 от 09.06.2022 г. на Ректора на ИУ – Варна и Решение на Научно жури от 18.07.2022 г., съгласно чл. 4, ал. 8 от ЗРАСРБ и чл. 55 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ-Варна.

Автор на становището: Доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич,  
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, катедра „Маркетинг“

Главен асистент д-р Свилен Венков Иванов е единствен кандидат за участие в конкурса за академична длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ (анализ на маркетингово съдържание)“, обявен в ДВ, бр. 36 от 13.05.2022 г. за нуждите на катедра „Маркетинг“ при Икономически университет – Варна.

Декларирам, че констатациите, мненията и преценките в настоящото становище се основават и са изведени от предоставения ми пакет от документи и публикации на кандидата, съотносими към конкурса.

## I. ПРОФЕСИОНАЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА НА КАНДИДАТА

---

Д-р Свilen Венков Иванов е завършил магистратура по българска филология в СУ „Св. Климент Охридски“ – София, през 1995 г. и магистратура по корпоративен и приложен маркетинг в ИУ – Варна през 2008 г. През 2014 година защитава ОНС „Доктор“ по икономика (Маркетинг) в ИУ – Варна. Започва академичната си преподавателска и научно-изследователската си дейност през 2012 г. в ИУ – Варна, като асистент, където от 2015 г. и в момента е главен асистент в катедра „Маркетинг“ и изпълнява функциите на заместник ръководител на катедрата.

Преди началото на академичната си кариера д-р Иванов има професионален опит като учител в професионални гимназии, репортер и водещ на радиопредаване. В периода 2004 – 2012 г. е заемал административна и управленски позиции в две търговски дружества.

Автобиографичните данни на кандидата за заемане на академичната длъжност „доцент“ подсказват наличието както на педагогически, така и на управленски опит и административен опит. В този смисъл би могло да се констатира, че са изпълнени формалните изисквания **по реда за заемане на академична длъжност „доцент“, предвидени в чл. 24(1) т. 1, 2 и 3 от ЗРАС в РБ, чл. 53 от Правилника за неговото прилагане, както в чл. 62 (т. 1 и т. 2а) на Правилник за правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна.**

## II. ОБЩО ОПИСАНИЕ НА ПРЕДСТАВЕННИТЕ НАУЧНИ ТРУДОВЕ СЛЕД ПОСЛЕДНАТА ПРОЦЕДУРА (В СЪОТВЕТСТВИЕ НА ИЗИСКВАНИЯТА ПО ЧЛ. 62, Т. 3 И ВЪВ ВРЪЗКА С ЧЛ. 71 ОТ ПРАВИЛНИКА ЗА РАЗВИТИЕ НА АКАДЕМИЧНИЯ СЪСТАВ В ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА)

---

Гл. ас. д-р Свilen Иванов участва в конкурса за академичната длъжност „доцент“ с една самостоятелна монография с аспирации за хабилитационен труд [5.1]<sup>1</sup>, три самостоятелни глави от книга (колективна монография) [7.3], три студии, от които една колективни [8.4] и две самостоятелни [9.5], [9.6]), седем статии, от които пет в съавторство [11.1], [12.2], [13.3], [14.4], [15.5] и две самостоятелни [16.6], [17.7], както и десет научни доклади – пет в съавторство [18.1], [19.2], [20.3], [26.9], [27.10] и пет самостоятелни [21.4], [22.5], [23.6], [24.7], [25.8]. Публикациите, чиито номера са отбелязани с удебелен шрифт са отпечатани на английски, а останалите са на български език. За всички публикации в съавторство са налице разделителни протоколи.

Една от публикуваните колективни студии [8.4] е реферирана и индексирана в базата данни с научна информация на Scopus. Два от публикуваните научни доклада ([25.8], [26.9]), са реферирани в Web of Science, а трети, [27.10] – в Scopus.

Освен горепосочените научни публикации, кандидатът е съавтор на два учебника [28.1], [29.2] и едно учебно помагало [30.3] по предмета на желаната за заемане академична длъжност, както и две научно-популярни статии [31.1], [32.2], кореспондиращи с темата на обявения конкурс.

В списъка с публикации е включено и самостоятелно монографично съчинение под номер [6.2] със заглавие „Семиотичен анализ в рекламните проучвания“, Варна, изд. Наука и икономика, 2021 г., което не е взето предвид при оценяването на представените

<sup>1</sup> Номерата съответстват на тези от приложения Списък на научните публикации за участие в конкурса (08.03.15 FM.pdf)

научни трудови по конкурса, тъй като се базира на защитен дисертационен труд на 27.6.2014 г. и е било обект на отделно рецензиране от научно жури.

Общийят обем страници в рецензираните монографии, студии, статии и научни доклади е 453.9. От тях, 98.7 страници ( $\approx 22\%$ ) са в съавторство. Около една четвърт ( $\approx 25.1\%$ ) от публикуваните авторски страници с научен текст са на английски език, а приблизително 11% са отпечатани в чужбина.

Освен гореописаната научна продукция, кандидатът има публикувани 309 страници в колективни академични учебници и учебни помагала. Обобщен количествен обзор на публикациите, представени за участие в конкурса, е представен на Таблица 1.

**Таблица 1.** Количество обобщение на публикационната дейност на д-р Свилен Иванов.

Вид на публикацията	Самостоятелни		В съавторство		Общо	
	бр.	стр.	бр.	стр.	бр.	стр.
1. Монографии	1	227	1	56	2	283
в т.ч. в чужбина	-	-	-	-	-	-
2. Студии	2	47.8	1	13.7	3	61.5
в т.ч. в чужбина	-	-	-	-	-	-
3. Статии	2	25.4	5	24	7	49.4
в т.ч. в чужбина	1	13.4	1	4	2	17.4
4. Научни доклади	5	40	5	5	20	60
в т.ч. в чужбина	2	16	3	16	5	32
<b>Всичко (научна продукция):</b>	<b>10</b>	<b>340.2</b>	<b>12</b>	<b>98.7</b>	<b>32</b>	<b>453.9</b>
<b>    в т. ч. в чужбина:</b>	<b>3</b>	<b>29.4</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>49.4</b>
5. Учебници и учебни помагала	-	-	3	309	3	309

В тематично отношение, публикациите на д-р Иванов са фокусирани основно върху (1) реклами изследвания (с акцент върху използване на експериментални методи и семантичен анализ на рекламно съдържание) и (2) Устойчиво потребителско поведение (с акцент устойчиво потребление и канали за комуникационно взаимействие).

Основен интерес предизвиква самостоятелното монографичното изследване на със заглавие „Семиотичен анализ в рекламните проучвания“ (Иванов, С. 2021, Варна, ISBN 978-954-21-1069-9), която кандидатът представя като хабилитационен труд. В това изследване се систематизират някои възможности за прилагане на семиотичен анализ при разработване и тестване на творчески реклами концепции и се предлага процедура за провеждане на семиотичен анализ в процеса на провеждане на реклами експерименти. Отделни аспекти от тематика, свързана с анализ и оптимизиране на рекламно съдържание с качествени методи, намират израз в няколко самостоятелни студии, статии и доклади (Иванов, С., 2022; Ivanov, S., 2021a, ISSN 2367-7791; Ivanov, S., 2021b, Иванов, С., 2017).

Научните интереси на кандидата са свързани и с изследване на устойчивото потребление на крайните потребители. Голяма част от публикациите са посветени на тази тема, като еманацията им се открива в съвторството на Свилен Иванов в публикуваната колективна монография със заглавие „Активизъм – устойчиво потребление“ (2020, гл. III, IV и VI). Темата е била във фокуса на вниманието на автора още от 2013 г. (Кехайова-Стойчева, М, Иванов, С., Недев, Й., 2013a и 2013b; Ivanov, S., Kraleva, V., 2018a, 2018b; Kraleva, V., Ivanov, S., 2019; Ivanov, S., Kraleva, V., 2019; Иванов, С., Кралева, В., 2020; Kraleva, V., Ivanov, S., 2020).

Повечето от публикуваните статии и студии са в издания, включени в националния референтен списък на националния център за информация и документация на Р България, били са обект на научно рецензиране и отразяват дълбочина и напредък в изучаваната материя.

След обследване на всички публикации, декларирани от кандидата за участие в конкурса, констатирам, че минималните национални изисквания, заложени в Правилника за прилагане на закона за развитие на академичния състав в Република България са изпълнени (вж. Таблица 2).

**Таблица 2.** Фактическо изпълнение на минималните национални изисквания по групи показатели (брой точки, съгласно Приложение към чл. 1, ал. 1, чл. 53, ал.1, т.4 и чл. 54, ал. 1 от ППЗРАС в Република България)

Група от показатели	Номер на показателите	Минимални национални изисквания (точки за доцент)	Фактическо състояние	Изпълнение
A	Показател №1 (ОНС „Доктор“)	50	50	<input checked="" type="checkbox"/>
B	Показател №3 (Хабилитационен труд)	100	100	<input checked="" type="checkbox"/>
Г	Сума от показателите от №4 до №10	200	306.5	<input checked="" type="checkbox"/>
Д	Сума от показателите от №11 до №13	50	60	<input checked="" type="checkbox"/>
E	Сума от показателите от №14 до №21	-	65	<input checked="" type="checkbox"/>

Съгласно количествените изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“ в ИУ – Варна, заложени в чл. 65, ал.1, т. 16 и в Приложение 1 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ – Варна, кандидатът Свilen Иванов има 115 точки по показателя „Научни доклади“ (при изискуем минимум 30 т.) и 84.9 точки по показателя „Научни статии и студии“ (при изискуем минимум от 80 т.).

### **III. ОБЩА ОЦЕНКА НА УЧЕБНО – ПРЕПОДАВАТЕЛСКАТА РАБОТА (В СЪОТВЕТСТВИЕ НА ИЗИСКВАНЕТО ПО ЧЛ. 62, Т. 2 ВЪВ ВРЪЗКА С ЧЛ. 71 ОТ ПРАВИЛНИКА ЗА РАЗВИТИЕ НА АКАДЕМИЧНИЯ СЪСТАВ В ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА)**

Кандидатът за заемане на обявената академична длъжност „доцент“ има 10 години преподавателски опит като асистент (2012 – 2015 г.) и главен асистент (от 2015 и в момента) в Икономически университет – Варна. Преподавал е на студенти от ОКС „бакалавър“ и ОКС „магистър“ по различни дисциплини, сред които Маркетинг, Управление на дистрибуцията, Технология на рекламата, Академични изследвания, Основни на дигиталните медии и ПР, Дигитални маркетингови изследвания, Социални медии, Събитиен маркетинг, Управление на корпоративните комуникации, Брандинг, ПР стратегии и практики, Фотография и видео производство, Интерактивен маркетинг, Анализ на потребителското поведение, Дигитални и социални медии, Креативни стратегии в брандинга, Мениджмънт и маркетинг, Планиране и оценка на реклами и медийни комуникации, Управление на съдържанието в рекламните комуникации, Приложен семиотичен анализ на рекламата. В рамките на програмата на академичен обмен Еразъм+ е бил гост-лектор в университетите в Монпелие, Прага, Порто и Алмерия.

От предоставената ми информация, както и от достъпни публични източници е видно, че д-р Свilen Иванов, в качеството си на академичен лектор, се придържа към практическа насоченост в преподаването на дисциплини, свързани със създаване и управление на рекламно съдържание, дигитални медии и ПР. Бил е научен ръководител на дипломанти. Носител е на журналистическа награда „Паница“ от 2004 г. Има опит като сценарист на телевизионни и късометражни анимационни филми за деца, на радио и телевизионни реклами, както и на концепция за трансформиране в художествен текст на маркетингово съдържание.

Предвид тези факти, може да се направи обосновано предположение, че в резултат на съчетаването на натрупания практически и преподавателски опит, кандидатът е в състояние да планира, организира и провежда академични лекционни курсове и семинарни занятия по дисциплини, кореспондиращи с обявената по конкурса научната

специалност. С този си опит той **отговаря** на изискванията на чл. 62, т. 1, 2 и 5, а на чл. 71, ал. 5, т. 1 и т. 2 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ – Варна.

#### IV. ИДЕНТИФИЦИРАНИ НАУЧНИТЕ ПРИНОСИ НА КАНДИДАТА

---

От обстойния анализ на представените по конкурса научни трудове на кандидата гл. д-р Свilen Иванов бих могъл да откроя и призная следните приносни моменти:

- Разработване на процедури за прилагане на семиотичен анализ в процеса на създаване на маркетингово съдържание.
- Откриване на връзки между активната гражданска позиция и нагласите към устойчиво потребление в контекста на адаптиране на маркетинговата политика.
- Приложение на качествени методи при планиране на експерименти с рекламино съдържание.

#### V. КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

---

Използваните от кандидата методологически подходи при планиране и провеждане на изследвания на ефектите от излагане на рекламино съдържание почват приоритетно върху качествени методи за анализ, подходящ за определяне на хипотетично най-подходящ комуникационен стимул. Въпреки, че в хабилитационното изследване се говори пространно за използване на експериментален дизайн (като се име предвид планиране на експеримента от типа „само след“, (вж. Иванов, С., 2021, Семиотичен анализ на рекламните проучвания, Варна, с. 121-123), по същество това не е форма на експеримент, въпреки твърдението на автора за лотарийен подбор на участниците в квази експеримент, косто едва ли е адекватен подход за емпирично установяване на статистически значими каузални ефекти. Прави впечатление, че авторът работи единствено и само с психографски скали, които неко казано са силно дискусационни при измерване на ефекта от комуникационното въздействие. Подобен подход сигурно има своето място на много ранен етап от разработването на творческата концепция на една рекламна стратегия, но от практическа гледна точка не е ефективен. Препоръчвам в бъдещите си изследвания авторът да залага повече на обективно измерими и наблюдавани клиентски реакции, като напр. всяка към тип конверсии. Това би му позволило много по-точно и надеждно да оценява посоката и ефекта от комуникационното въздействие с тривиални А/В тестове, които са отдавна стандарт в дигиталния маркетинг.

В тази връзка и в традициите на научния спор, присъщ на процедурите за придобиване на по-висока академична длъжност бих поставил на дискусия следния въпрос: Как знаците, символите и значенията, вложени в творческата концепция на една комуникационна кампания и идентифицираните с тях семантични гнезда в рекламния сюжет помагат за измерването на ефекта от въздействието при провеждане на рекламиен експеримент? Това не е ли обречен опит за „измерване на неизмеримото“? По същество чрез измерването на нагласите и възприятията е трудно (дори невъзможно) да се предсказват реакциите на потребителите. Не е ли по-ефективно и продуктивно семиотичният анализ (който по същество е качествен метод) да се прилага на етап дефиниране на варианти/сюжети/визия за комуникационно въздействие, а действителният експеримент (който е количествен, емпиричен метод) да се използва за проверка на ефекта и избор на правилната алтернатива за въздействие?

## VI. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Научната продукция и преподавателският опит на д-р Свилен Иванов покриват националните и институционалните изискванията за допустимост при заемане на академичната длъжност „доцент“. Неговите научни и академични показатели съответстват на изискуемите от ЗРАС на Република България и предвидените в Правилника за неговото прилагане количествени и качествени параметри и критерии. Всичко това ми дава основани да предложа КАТЕГОРИЧНО и БЕЗ РЕЗЕРВИ на уважаемото научно жури главен асистент д-р **Свилен Венков Иванов** да заеме обявената от катедра „Маркетинг“ при Икономически университет – Варна академичната длъжност „доцент“ в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (анализ на маркетинговото съдържание).

11.08.2022 г.

Свищов

Изготвил становището:

X	Заличена информация съгласно ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679
---	---

доц. д-р Тодор Кръстевич

TODOR BORISOV  
KRASTEVICH

## СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р ИВАН РАШКОВ МАРЧЕВСКИ, катедра „Маркетинг“ към Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов, хабилитиран по научна специалност „Маркетинг“. Член на Научно жури, определено със заповед № РД 06-103 от 09.06.2022 г. на Ректора на ИУ – Варна и Решение от първо заседание на научното жури от 18.07.2022 г. за определяне на рецензенти по конкурса.

### Данни за конкурса

Становището е изгответо във връзка с конкурс за заемане на академична длъжност ДОЦЕНТ към Икономически университет - Варна, в област на висшето образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност Маркетинг (анализ на маркетинговото съдържание), за нуждите на катедра „Маркетинг“ на ИУ - Варна („Държавен вестник“, бр. 36/13.05.2022 г.)

При написването на становището е съблюдавана индикативната структура на „становище“, разработено от член на научно жури за заемане на академична длъжност „доцент“ по обявени конкурси в ИУ - Варна.

### Персонална характеристика на кандидата

По обявения конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ има един кандидат - гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов. Кандидатът е представил документите, които се изискват съгласно ЗРАС в Р България, Правилника за неговото приложение и ПРАС в ИУ - Варна.

От предоставената автобиография става ясно, че Свilen Иванов притежава 2 магистърски степени, една по българска филология от СУ „Св. Климент Охридски“ и друга, по корпоративен и приложен маркетинг от ИУ – Варна. Към момента на изготвяне на становището той има преподавателски стаж в системата на висшето образование от 10 години. През целия период (от 2012 г. до сега) той е бил на работа в ИУ-Варна, където е заемал последователно длъжностите асистент и гл. асистент. Преди това има 8 години журналистически стаж и 2 години педагогически стаж в системата на средното образование (*справка 2 –Творческа автобиография*).

Свilen Иванов притежава докторска степен по маркетинг, придобита през 2015 година, на база на успешно защитена дисертация на тема „Маркетингова ефективност на инвестициите в производството и реализацията на биопродукти в България“. Този факт е удостоверен чрез посочената в документите по конкурса

Диплома от ИУ - Варна № 042 от 01.09.2014 г., (справка – декларация, документ 08.03.24).

### **Оценка на научната продукция на кандидата**

За рецензиране в рамките на конкурса гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов е представил 24 научни публикации, 11 от които са на чужд език, с общ обем от 695 страници (*справка 08.03.15 FM*). В тях се включват 3 монографии, 2 от които самостоятелни (общо 524 страници), 3 студии в съавторство (общо 66 страници), 7 научни статии (общо 62 страници), от които 2 в чуждестранни издания (17 страници) и 10 научни доклада (60 страници), 4 от които в чужбина. За съвместните публикации са представени разделителни протоколи.

Две от публикациите са индексирани в базата данни на SCOPUS, а две в базата данни на Web of Science.

За хабилитационния монографичен труд са представени доказателства за съответствие с изискванията на чл.71 ал. 2 от ПРАС в ИУ - Варна.

От предоставените към конкурса документи става ясно, че публикации на кандидатът имат 9 цитирания (*справка 08.03.16 FM*).

По отношение на предоставените за рецензиране материали не намерих доказателства за наличие на плагиатство.

**Констатация.** Общото ми впечатление за научните интереси и постиженията в научно-изследователската работа на Свilen Венков Иванов е, че кандидатът се вписва в профила на направлението, за което е обявен конкурсът – маркетинг. Количество параметри на научната му продукция надхвърлят изискванията залегнали в чл. 62, т. 4 и 5 във връзка с чл.71, ал. 3 от ПРАС в ИУ - Варна, а качеството съответства на утвърдените стандарти за направлението. Това ми дава основание да дам положителна оценка на научно-изследователската дейност и резултати на кандидата.

### **Оценка на учебно-преподавателската работа**

Оценката ще направя в няколко направления

*Първо*, аудиторна заетост.

Документите, които кандидатът е предоставил, дават основание да се приеме, че той отговаря на изискванията на чл. 62 т.2. от ПРАС в ИУ - Варна и участва в конкурса легитимно. Представени са надлежно заверени справки за учебната заетост на гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов за две учебни години 2020/21 и 2021/22. (*Справка 08.03.12 FM* ). За посочените години кандидатът е имал годишна аудиторна заетост, както следва:

- учебна 2020/21 г. - ОКС „Бакалавър“ - 231 часа, ОКС „Магистър“ – 165 часа, общо 396 часа;

- учебна 2021/22 г. ОКС „Бакалавър“ – 225 часа, ОКС „Магистър“ 111 часа, общо 336 часа.

*Второ*, разработени и публикувани учебни материали.

За рецензиране в рамките на конкурса кандидатът е представил 3 учебника и учебни пособия, с общо авторово участие от 309 страници (*Справка 08.03.15 FM*). Всички разработки са в съавторство. Тематиката им е релевантна на обявения конкурс.

*Трето*, работа със студенти и участие в научни проекти.

В автобиографията на кандидата е отбелоязано участие само в 1 научно-изследователски проект – „Устойчиво потребление в градска среда – регионални различия“ от 2020 г. В материалите по конкурса няма информация за участие на кандидата в дейности, свързани с работа със студенти, извън обичайния учебен процес.

*Четвърто*, друга дейност с образователен характер.

Свилен Иванов има опит като участник в международен обмен по програма Еразъм+. От предоставената информация е видно, че той е взел участие в мобилности с цел преподаване в университети от Франция, Чехия, Португалия и Испания (*справка 2 –Творческа автобиография*).

**Констатация.** Въз основа на предоставените ми материали мога да заключа, че постигнатите резултати и демонстрираните компетентности в областта на **учебно-преподавателската работа** от гл. ас. д-р Свилен Венков Иванов покриват изискванията за преподавател, кандидат за заемане на академичната длъжност „доцент“.

### **Научни постижения и приноси на кандидата**

Запознаването с трудовете на кандидата ми дава основание да приема, че в неговите разработки имат оригинални приноси, които могат да се систематизират в следните аспекти. Първо, **обогатяване на съществуващото маркетингово знание** в областта на рекламния мениджмънт чрез изследване на възможностите за използване на семиотичния анализ в процеса на създаване на реклами и маркетингово съдържание и при оценката за въздействието на рекламата върху целевата аудитория (*публикации № 1.1.; № 5.4.; № 6.5.; № 13.7.; № 17.4.; № 21.8.; № 24.1.; № 27.1*). Второ, **развитие на инструментариума, на маркетинговото управление**, чрез дефиниране на ключови метрики, разработване и апробиране на методика за използването на приложен семиотичен анализ в рамките на рекламните изследвания (*публикация 1.1*). Трето, **комплексно проучване на маркетинговите измерения на конкретен бизнес проблем**. Тук могат да се откроят изследванията на кандидата, посветени на възможностите за използване на маркетинга като инструменти за насърчаване на устойчивото потребление и включването на

потребителите в каузи, насочени към постигане на устойчиво развитие (*публикации 3.2, 7.1, 9.3, 11.5, 23.10.1 и 23.10.2*).

В документите присъстват претенции за приноси, които имат отношение към защитената от Свилен Иванов докторска дисертация, поради което не могат да бъдат приети като релевантни към конкурса (*принос б*).

### **Критични бележки и препоръки**

Критични бележки относно дейността и научните постижения на Свилен Иванов могат да се отправят в две направления. На първо място, до момента активността на кандидата по отношение участието в научно-изследователски проекти и работа със студентите е слаба, а това е основен елемент от „работната характеристика“ на хабилитираните преподаватели. Второ, до момента научните му интереси са в три много различни области, което е предпоставка за разпиляване на усилията и по-ниска научна ефективност. По мое мнение фокусирането върху една или две по-тясно свързани с маркетинга теми, би дало по-добри научни резултати.

### **Обобщена оценка**

Всичко до тук ми дава основание да твърдя, че:

- Гл. ас. д-р Свилен Венков Иванов покрива минималните национални изисквания за заемане на академична длъжност „доцент“, съгласно чл.1, ал.1 и чл.53, ал.1 от ППЗРАСРБ, както и изискванията предвидени в чл. 62, т.5. от ПРАС в ИУ – Варна.
- Свилен Венков Иванов е учен и преподавател, с авторитет и известност сред академичната общност.
- Той има сериозен потенциал за развитие като учен и като преподавател и би спомогнала за издигане авторитета на катедра „Маркетинг“ и ИУ - Варна, у нас и в чужбина.

**Заключение.** С убеденост изразявам становището си, че гл. ас. д-р Свилен Венков Иванов има необходимите качества и научни постижения за да заеме академичната длъжност „доцент“ на Икономически университет - Варна по научна специалност Маркетинг. В тази връзка си позволявам да предложа на уважаемото Научно жури и Факултетния съвет при факултет „Управление“ на ИУ - Варна да одобри кандидатурата на гл. ас. д-р Свилен Венков Иванов за заемане на академичната длъжност „доцент“ по „Маркетинг“.

Свищов  
26.08.2022 г.

доц. д-р Иван Марчевски:

Заличена информация съгласно  
ззЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679



## ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ ВАРНА

ДДД-1044 09.09.2022 г.

Вх. № от проф. д-р Евгени Петров Станимиров - област на висше образование 3.

Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“, Икономически университет - Варна

## СТАНОВИЩЕ

**Относно:** конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ по ПН 3.8 Икономика, научна специалност Маркетинг (анализ на маркетингово съдържание) за нуждите на катедра „Маркетинг“ към Икономически университет-Варна.

### 1. Информация за конкурса

Конкурсът е обявен в ДВ, бр. 36/13.05.2022 г. за заемане на академичната длъжност „доцент“ по: област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, ПН 3.8. Икономика, научна специалност Маркетинг (анализ на маркетингово съдържание). Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно решение на Факултетен съвет на факултет „Управление“ и заповед РД-06-103/09.06.2022 г. на зам.-ректор УДА на ИУ-Варна. Становището е изготовено съгласно решение на първо заседание на научното жури (от 18.07.2022 г.).

### 2. Информация за кандидатите в конкурса

Гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов е единствен кандидат по конкурса.

### 3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност

Представената справка за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 2б, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ за заемане на академичната длъжност „доцент“ в ПН 3.8 „Икономика“ показва изпълнение на комулативните количествени изисквания, формирани от компонентите по раздел „Национални минимални изисквания“ съгласно ЗРАСРБ (чл.2б) и Правилника за приложението му (чл.1а, ал.1).

Необходимият брой точки за изпълнение на националните минимални изисквания е 400, а фактическото изпълнение е 571,5 т. както следва:

- Защитен дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор“ (50 т.);
- Публикации по дисертацията (40 т.);
- Хабилитационен труд на тема: „Семиотичен анализ в рекламните проучвания“ (100 т.);
  - Публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор“ на тема: „Маркетингова ефективност в производството и реализацията на биопродукти в България“ (75 т.);
  - 3 бр. Публикации в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация (60 т.);
  - 14 бр. статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове (94,9 т.);
    - 1 бр. студия, публикувана в научно издание в Scopus (15 т.);
    - 2 бр. студии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране (30 т.);



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

- 3 бр. публикувана глава от колективна монография (46,6 т.);

- 2 бр. цитирания в научни издания, реферирали и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация или в монографии и колективни томове (30 т.);

- 6 бр. цитирания в нереферирали списания с научно рецензиране (30 т.).

Справките за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 2б, ал 2 и 3 от ЗРАСРБ за заемане на академичната длъжност „доцент“ в ПН 3.8 Икономика, научна специалност Маркетинг (анализ на маркетингово съдържание) доказват, че кандидатът по конкурса има профил и авторитет в своята област, които са оценени от колегията.

Кандидатът по конкурса има собствен монографичен труд, който е публикуван в специализирано научно издание. Не са известни данни за констатирано плахиатство. Гл. ас. д-р Свilen Иванов има осъществени мобилности по програма Еразъм+. Представени са данни за участия в научно-изследователски проекти. Участвал е като член на организационни и програмни комитети на научни конференции. С това гл. ас. д-р Свilen Иванов отговаря на изискванията на чл. 71 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет-Варна.

## 4. Оценка на учебно-преподавателската дейност

Гл. ас. д-р Свilen Иванов е утвърден преподавател по: Интерактивен маркетинг, Събитиен маркетинг, Дигитални маркетингови изследвания, Маркетингови комуникации, Социални медии, Управление на съдържанието в маркетинговите комуникации, Креативни стратегии в брандинга, Планиране и оценка на рекламните и медийни комуникации и др. Само за последните 2 (две) години кандидатът по конкурса има отработени 732 часа в лекции и упражнения (456 часа в ОКС „бакалавър“ и 276 часа в ОКС „магистър“).

Има участия в подготовката на учебни материали, предназначени за студенти, сред които: (1) учебници (съавтор в 3 бр. учебници); (2) електронни учебни материали.

Свilen Иванов през последните години е разработил няколко нови лекционни курсове в ОКС „бакалавър“ във връзка с обезпечаване на учебния процес на специалност „Дигитални медии и ПР“.

Активната му работа със студентите е по линия на: (1) зам.-ръководител катедра „Маркетинг“; (2) научен ръководител на дипломиращи се студенти; (3) ръководител на студентски групи на задължителен стаж след 3 курс; (4) ръководител на тюторски срещи със студенти за получаване на обратна връзка от процеса на обучение.

Всичко това показва, че кандидатът по конкурса има необходимия преподавателският опит и степен на подготвеност за заемане на академичната длъжност „доцент“.

## 5. Обща характеристика на представените научни трудове/публикации

За участие в конкурса гл. ас. д-р Свilen Иванов е представил 27 бр.



публикации, от които 25 бр. в научни и 2 бр. в популярни издания (последните не подлежат на рецензиране, доколкото не касаят икономическа тематика). Представените за рецензиране трудове за участие в конкурса за академичната длъжност „доцент“ имат следната структура: 6 бр. монографии (от които 3 бр. самостоятелни), 7 бр. статии, от които 2 бр. са самостоятелни; 10 бр. научни доклади (от които 3 бр. са самостоятелни), 3 бр. учебници и учебни помагала и 2 бр. популярни публикации. Общо 9 бр. са публикувани на чужд език.

Прегледът на представените трудове показва концентриране и специализиране на гл. ас. д-р Свилен Иванов в областта на: (1) Семиотичен анализ; (2) Предварително тестване на рекламното въздействие върху аудиторията; (3) Устойчиво потребление; (4) Маркетингова ефективност на инвестициите. В публикациите акцентът се поставя върху търсене на практико-приложни ефекти от изследванията.

В хабилитационния труд „Семиотичен анализ в рекламните проучвания“ се защитава тезата, че промяната на поне един елемент в рекламния текст води до промяна на въздействието на рекламата върху аудиторията. Във фокуса на монографичния труд попада използването на семиотичния анализ при провеждането на рекламни изследвания с експериментален дизайн. В него са дефинирани основни семиотични понятия, които могат да се използват при анализа на рекламния текст. Прави се преглед на употребата на приложния семиотичен анализ и се формулират насоки за неговото използване при анализа на телевизионни реклами.

Основната цел на изследването в представения монографичен труд е: въз основа на извършен анализ на предходни научни и практически разработки върху използването на семиотичен инструментариум в рекламните проучвания, да се формулират методически насоки и разработи инструментариум, чрез който да бъдат осигурени необходимите данни, за да се установи дали при замяната на елементи от рекламния текст с други сходни елементи (като физически характеристики на персонажите, тип на сюжета и др.) се получават различия в оценките за рекламираните бранд или продукт.

Монографията е структурирана в три глави.

В първа глава авторът разглежда предпоставките за използване на приложен семиотичен анализ в рекламните изследвания. Направен е обзор на научни публикации, свързани с използването на предварителните рекламни тестове, качествените методи и изследванията с експериментален дизайн при проучванията на въздействието на реклами.

Втора глава е свързана с предварителните тестове и семиотичния подход в рекламните изследвания. Формулирани са насоки за използването на семиотичния анализ в рамките на изследвания на рекламата и рекламното творчество. Аргументирано е и използването на мултидисциплинарен подход, като се предлага комбинация от различни изследователски методи.

Трета глава представя резултати от проведени емпирични изследвания и анализ на използваните реклами. Описани са резултатите от проведено емпирично проучване, като са анализирани и реклами, използвани като независими променливи в проведените експерименти. Въз основа на получените резултати и



направените изводи е предложена процедура за използването на приложен семиотичен анализ в рамките на рекламните изследвания.

## 6. Оценка на научните и научно-приложни приноси

В представените за рецензиране публикации могат да бъдат идентифицирани научни и научно-приложни резултати с приносен характер. Тематиката на научните трудове показва ясна и задълбочена ориентация на автора към въпроси, свързани със: семиотичен анализ; предварително тестване на рекламното въздействие върху аудиторията; устойчиво потребление; маркетингова ефективност на инвестициите.

Стилът на автора се различава от често срещания в академичните среди стил, доколкото има собствен почерк с ясно изразена авторска позиция. Гл.ас. д-р Свилен Иванов демонстрира умение да анализира, синтезира и интегрира различни теоретични постановки и на тази база да формулира логически издържани изводи.

Сред по-съществените научни, методически и научно-приложни приноси на кандидата по конкурса могат да се посочат следните:

1. По посока на използването на приложен семиотичен анализ в творческия процес при създаването на рекламно и маркетингово съдържание и при оценка за въздействието на рекламата върху целевата аудитория, кандидатът по конкурса предлага матрица на знаците, формиращи текста на телевизионните реклами и концепция за генерирането на нови значения в рамките на семиозиса при възприемането на рекламното съдържание. Допълнително предлага и тества процедура за използването на приложен семиотичен анализ в рамките на рекламните изследвания.

2. Обобщени са основни специфики, методи и техники при използването на полеви и лабораторни експерименти за предварително тестване на рекламното въздействие върху аудиторията, като са анализирани използванието променливи, скали, извадкови подходи и методи за анализ на резултатите. Формулирани са препоръки към дизайна за прилагане на експерименталния подход при предварителния анализ на въздействието на рекламното и маркетинговото съдържание върху целевата аудитория.

3. Предложен е подход при създаване на типология на онлайн рекламата, като са формулирани базови характеристики, които могат да бъдат използвани при създаването на класификация на онлайн рекламата като цяло и в частност в различните социални медии.

4. Предложен е теоретичен модел за изследване на факторите, влияещи върху намеренията на потребителите за устойчиви действия, които могат да приемат формата на устойчиво потребление и ангажираност за постигане на устойчивост. Аргументирана е скала за измерване на разминаванията между идеалната представа и оценките за реалността на респондентите, като се дават насоки за профилиране на потребителите с устойчиво поведение.

5. Предложен е обобщаващ критерий за разграничаването на маркетинговите инвестиции от маркетинговите разходи, като е аргументиран авторски процес за оценяване на маркетинговата ефективност на инвестициите на концептуално равнище и е конструиран концептуален модел за организация на информационните



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

процеси, подсигуряващи управлението на маркетинговата ефективност.

## 7. Критични бележки и препоръки

1. Сериозният изследователски и експертен опит на колегата е основание да се препоръча да се включи като член на редакционни колегии на списания в сферата на икономиката.

2. Натрупаният опит и методичната подготовка на кандидата по конкурса предполага да се търси практическата му реализация (напр. чрез консултиране на бизнес, разработване на практически ориентирани материали към бизнеса и др.).

## 8. Заключение

Констатациите, свързани с изследователската, публикационната, преподавателската и практическата дейност на гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов недвусмислено показват съответствие с изискванията на ЗРАСРБ за заемане на академичната длъжност „доцент“ и с Правилника за развитие на академичния състав в ИУ-Варна. Това ми дава основание да изразя категорично положително отношение по представения конкурс и да предложа на уважаемите членове на научното жури да подкрепят кандидатурата на гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов за заемане на академичната длъжност „доцент“ в ПН 3.8 Икономика, научна специалност Маркетинг (анализ на маркетингово съдържание) към Икономически университет-Варна.

02.09.2022 г.

Варна

Подпись:

(проф. д-р Е. Станимирьов)

Заличена информация съгласно  
ззЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679

## СТАНОВИЩЕ

от д-р Бистра Константинова Василева – професор в Икономически университет-  
Варна

на материалите, представени за участие в конкурс  
за заемане на академичната длъжност „доцент“ в Икономически университет-Варна  
по Област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки  
Професионално направление 3.8. Икономика, Научна специалност „Маркетинг (анализ на  
маркетинговото съдържание)“

### 1. Обща информация.

Становището е изгответо от проф. д-р Бистра Василева от Икономически университет-Варна, назначена за член на научното жури съгласно Заповед на Ректора на ИУ-Варна № РД 06-103 от 09.06.2022 г. Решението за изготвяне на становище е взето на проведеното първо заседание на научното жури по обявения в ДВ, бр. 36/13.05.2022 г. конкурс за заемане академична длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Маркетинг (анализ на маркетинговото съдържание)“ на 18.07.2022 г. от 11:30 ч.

### 2. Данни за конкурса.

Конкурсът за заемане на академичната длъжност „доцент“ е по научна област 3. Социални, стопански и правни науки, Професионално направление 3.8. Икономика научна специалност „Маркетинг (анализ на маркетинговото съдържание)“. Конкурсът е обявен от катедра „Маркетинг“ и решение на Факултетния съвет на Факултет „Управление“ с протокол № 34 от 31.05.2022 година. Обявата за конкурса е публикувана в Държавен вестник бр. 36/13.05.2022 г.

### 3. Кандидат по конкурса.

За участие в обявения конкурс е подал документи единствен кандидат:

Гл.ас. д-р Свilen Венков Иванов от Икономически университет-Варна.

### 4. Общо описание на представените научни трудове след последната процедура.

Представеният от гл.ас.д-р Свilen Иванов комплект материали за научните публикации в дигитален вариант съответства на изискванията по чл. 62, т. 3 във връзка с чл.

71 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна и включва следните документи:

- Творческа автобиография
- Декларация за оригиналност
- Резюмета на научните публикации на български език
- Резюмета на научните публикации на английски език
- Списък на научните публикации по конкурса за доцент
- Справка цитати
- Справка-декларация за изпълнение на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“
- Справка-декларация за заемане на академичната длъжност „доцент“ съгласно чл.65, ал.1, т.16 от ПРАС в ИУ-Варна
- Препис-извлечение от протокол от заседание на катедра „Маркетинг“ за обсъждане на монография
- Скрийшоти на публикациите в Scopus и Web of Science
- Разделителни протоколи на включените в конкурса публикации
- Списък публикации в регистър публикации на ИУ-Варна
- Списък публикации в Регистър за академични длъжности и дисертации НАЦИД

Гл.ас.д-р Свилен Иванов е представил в дигитален формат всички научни публикации, с които участва в конкурса. Кандидатът е приложил общо 32 научни труда, включващи 4 научни публикации по дисертационния труд, 1 монография в обявената научна област, 5 монографии/студии, 7 статии, 10 доклада, 3 учебника/учебни помагала и 2 публикации в научно-популярен стил. Приемат се за рецензиране 28 научни труда, които са извън дисертацията и се отчитат при крайната оценка. Структурен количествен обзор на публикациите, представени за рецензиране от кандидата за участието му в конкурса за академичната длъжност „доцент“ е отразен в Таблица 1.

Таблица 1

Количествено систематизиране на публикационната дейност на гл.ас.д-р Свилен Венков

Иванов за участието му в конкурса за академичната длъжност „доцент“

Видове по групи публикации	Самостоятелни		В съавторство		Общо	
	Брой	Обем в страници	Брой	Обем в страници	Брой	Обем в страници

1. Монографии и студии	4	515.8	2	69.7	6	585.5
2. Научни статии, в т.ч.	2	15.4	5	24	7	39.4
- в български издания	1	12	4	20	5	32
- в чуждестранни издания	1	13.4	1	4	2	17.4
3. Научни доклади, в т.ч.	5	40	5	20	10	60
- в български издания	3	24	1	4	4	28
- в чуждестранни издания	2	16	4	16	6	32
4. Учебници и учебни пособия	-	-	3	309	3	309
5. Други публикации	2	65	-	-	2	65
<b>Общо</b>	<b>13</b>	<b>636.2</b>	<b>15</b>	<b>422.7</b>	<b>28</b>	<b>1058.9</b>

От представените публикации 13 са написани на английски език и включват 2 студии, 5 статии и 6 доклада с общ обем от 114 страници. Кандидатът е представил 4 статьи и доклади, публикувани в научни издания, реферирали и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация, както следва: 2 публикации в Scopus (в съавторство) и 2 публикации в Web of Science, една от които е самостоятелна.

Публикациите на гл.ас.д-р Свilen Иванов в тематично отношение са фокусирани основно върху (1) анализ и управление на маркетингово съдържание, (2) устойчиво развитие (вкл. КСО) и устойчиво потребление, (3) онлайн реклама, (4) социални медии. Основен интерес предизвиква самостоятелното монографично изследване (Иванов, С. Семиотичен анализ в рекламните проучвания, Варна: Наука и икономика, 2021). Основният акцент в научния труд е използването на семиотичния анализ при провеждането на рекламни изследвания с експериментален дизайн. На база на резултатите от проведено емпирично проучване са анализирани реклами, използвани като независими променливи в проведените експерименти и е предложена процедура за използването на приложен семиотичен анализ в рамките на рекламните изследвания.

След обстойното ми запознаване с предложените публикации от кандидата за участие в конкурса, мога да заявя, че националните изисквания съгласно Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България са изпълнени (Таблица 2).

Таблица 2

Фактическо изпълнение на минималните национални изисквания (МНИ) за заемане на академичната длъжност „Доцент“ по групи показатели, Област 3. Социални, стопански и правни науки, брой точки съгласно чл. 2б от ЗРАСРБ

<b>Група от показателите</b>	<b>Номер на показателите</b>	<b>МНИ (точки за доцент)</b>	<b>Фактическо изпълнение</b>	<b>Съответствие</b>
A	Показател №1 (ОНС „Доктор“)	50	50	Да
	№2 Публикации по дисертацията	30	40	Да
B	Показател №3 (Хабилитационен труд)	100	100	Да
Г	Сума от показателите от №4 до №10	200	306.5	Да
Д	Сума от показателите от №11 до №13	50	60	Да
E	Сума от показателите от №14 до №21	-	-	-

## **5. Обща оценка на учебно-преподавателската работа.**

Кандидатът е представил справка за учебната си натовареност в ОКС „бакалавър“ и ОКС „магистър“ за учебните 2020/21 и 2021/22 години в съответствие на изискването по чл. 62, т. 2 във връзка с чл. 71 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна. За този период гл.ас.д-р Свилен Иванов е бил ангажиран предимно с лекции в ОКС „бакалавър“ по дисциплини в областта на конкурса, като: Социални медии, Интерактивен маркетинг, Основи на ДМПР, Дигитални маркетингови изследвания, Събитиен маркетинг с обща аудиторна натовареност за периода от 456 часа. За същия период кандидатът е водил лекции и упражнения в ОКС „магистър“ по дисциплини в областта на конкурса, като: Управление на съдържанието в рекламните комуникации, Планиране и оценка на рекламните и медийни комуникации, Дигитални и социални медии с обща аудиторна натовареност за периода от 276 часа.

## **6. Идентифициране на научните приноси.**

Въз основа на представените за участие в конкурса научни трудове от гл.ас.д-р Свилен Иванов и изведените от него приноси към всяка от публикациите, мога да направя следните констатации:

- Кандидатът не е категоризирал представените приноси като научни, научно-приложни или приложни.
- Адаптирането на теоретичните постановки на семиотиката за целите на анализа на рекламно съдържание и предложението за подход при създаване на типология на онлайн рекламата определят като научни.

- Определям някои от изследванията, анализите и препоръките като приложни приноси.

Представените от кандидата приноси систематизирам в следния порядък:

- Разработване и апробиране на инструментариум на базата на мултидисциплинарен подход за използване на приложен семиотичен анализ в рекламните изследвания.
- Идентифициране на връзките между предварителните тестове на рекламино съдържание и експерименталните маркетингови изследвания и извеждане на дизайн за прилагане на експерименталния подход при предварителния анализ на въздействието на рекламното и маркетинговото съдържание върху целевата аудитория.
- Извеждане и валидиране на връзките между активната гражданска позиция и нагласите към устойчиво потребление за оптимизирането на маркетинговите стратегии за позициониране на брандове въз основа на теоретичен модел за профилиране на потребителите с устойчиво потребление.

Кандидатът е посочил общо 9 цитирания съгласно предоставената от него справка.

Определям предложените цитирания в научни трудове в нереферирани списания с научно рецензиране и сборници с доклади от научни конференции, тъй като в справката това не е изрично уточнено.

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

Направените констатации по отношение на представянето на кандидата в учебно-преподавателската и научно-изследователската област са основа за формулиране на следните препоръки:

- Да се засили творческата активност на гл.ас.д-р Свilen Венков Иванов за публикуване на статии и доклади в научни издания, реферирали и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.
- Кандидатът да продължи научно-изследователската си дейност в областта на анализа на маркетингово съдържание като прилага методи, базирани на изкуствен интелект.
- Кандидатът да засили своята работа по научно-изследователски и приложни проекти, включително в международен мащаб.

## **8. Заключение.**

Обзорът на публикациите, фактите от приложените справки, оценката на приложените публикации и личните ми впечатления от работата с гл.ас.д-р Свилен Венков дават основание да подчертая постигнатите от него резултати в учебно-преподавателската и научно-изследователската сфера. Документите и материалите, представени от гл.ас.д-р Свилен Венков Иванов отговарят на всички изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и ПРАС в ИУ-Варна.

Кандидатът в конкурса е представил достатъчен брой научни трудове, публикувани след материалите, използвани при защитата на ОНС „Доктор“. В работите на кандидата има оригинални приложни приноси, като представителна част от тях са публикувани в списания и научни сборници, издадени от български и международни академични издателства в областта на конкурса. Постигнатите от гл.ас.д-р Свилен Венков Иванов резултати в учебно-преподавателската и научно-изследователската дейност, напълно съответстват на ПРАС в ИУ-Варна.

След запознаване с представените в конкурса материали и научни трудове, анализ на тяхната значимост и съдържащи се в тях научно-приложни и приложни приноси, намирам за основателно да дам своята положителна оценка и да препоръчам на Научното жури да изготви доклад-предложение до Академичния съвет за избор на гл.ас.д-р Свилен Венков Иванов на академичната длъжност „Доцент“ в ИУ-Варна по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (анализ на маркетинговото съдържание)“.

09.09.2022 г.

Изготвил становището:

Заличена информация съгласно  
ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679

/Проф.д-р Бистра Василева/

## СТАНОВИЩЕ

ОТ: ПРОФ. Д-Р ХРИСТО ИВАНОВ КАТРАНДЖИЕВ

**ЧЛЕН НА:** Научното жури в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“ в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг (Анализ на маркетинговото съдържание)“ в Икономически Университет - Варна, конкурс обявен в ДВ бр. 36 от 13.05.2022 г., съгласно решение на ФС на Факултет „Управление“ (протокол № 34 от 31.05.2022 г.).

Със Заповед на Ректора на Икономически университет - Варна № РД 06-103 от 09.06.2022 г. за утвърждаване на научно жури за избор на "доцент", бях избран за член на научното жури, а с решение от първото заседание на журито на 18.07.2022 г. Беше взето решение да представя писмено становище.

### 1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПОЛУЧЕНИТЕ МАТЕРИАЛИ

Представените материали, както и документите, отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав и Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав на Икономически университет - Варна. В обявения конкурс участва единствен кандидат - гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов, дм.

### 3. ПРОФЕСИОНАЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА НА КАНДИДАТА

Гл. ас. д-р Свilen Иванов има подчертани научни интереси в областта на маркетинга. Запознат съм негови трудове, посветени на анализа на маркетинговото съдържание. Мнението ми за неговата научна дейност е много високо. Кандидатът е добре познат на колегите от академичната сфера. Той

води интересни курсове по маркетинг, които се ценят от студентите и от колегите.

Гл. ас. д-р Свилен Иванов е много активен и когато става дума за академични събития (конференции и др.).

#### **4. КОЛИЧЕСТВЕНА И КАЧЕСТВЕНА ОЦЕНКА ПО НОРМАТИВНИТЕ КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ**

Оценката, която давам в становището е съобразена с изискванията за академично израстване определени от "Закона за развитието на академичния състав в Република България", "Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България", както и "Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет - Варна", относящи се до минималните изисквания за публикуване на документи за заемане на академичната длъжност "доцент" в Област 3. Социални, стопански и правни науки, се покриват от кандидата.

Калкулацията на покритието на критериите и показателите (като брой точки) е както следва:

Критерий	Показатели	Брой точки	Покритие
A	1. Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“	50	50
B	3. Хабилитационен труд - монография	100	100
Г	4. Публикувана монография, която не е представена като основен хабилитационен труд	100	
	5. Публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“	75	75
	6. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация	30/п	60
	7. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове	10/п	94,9
	8. Студии, публикувани в научни издания,	45/п	15

	<i>реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация</i>		
	<i>9. Студии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове</i>	15/п	30
	<i>10. Публикувана глава от колективна монография</i>	20/п	46,6
	<b>ОБЩО</b>		
	<b>321,5</b>		
Д	<i>11. Цитирания или рецензии в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация или в монографии и колективни томове</i>	15	30
	<i>12. Цитирания в монографии и колективни томове с научно рецензиране</i>	10	
	<i>13. Цитирания или рецензии в нереферирани списания с научно рецензиране</i>	5	30
	<b>ОБЩО</b>		
	<b>60</b>		
	<b>ОБЩО</b>		
	<b>531,5</b>		

Кандидатът е представил следните публикации:

- монография – 1;
- издадена книга по дисертационния труд – 1;
- участие в колективна монография – 1;
- 20 студии и статии, доклади на конференции – 20;
- участия в колективни монографии и учебници – 2;

От количествена гледна точка кандидатът значително надхвърля минималните изисквания.

Според моето мнение качествената страна на оценката също е много силна. Като рецензент на предишни трудове на кандидата съм запознат с повечето от тях. Бих искал да отбележа монографичния му труд "Семиотичен анализ в рекламните изследвания". По мое мнение това е оригинално изследване по тема, която не е често разработвана (особено у нас). Освен това изследването е извършено професионално и компетентно. Заключенията са интересни и полезни. Може да се каже, че тази монография тласка напред както академичната сфера, така и практиката на мениджърите.

Останалите публикации на кандидата също отговарят на високите качествени стандарти, поставени от "Закона за развитие на академичния състав в Република България", както и от "Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България" и "Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет - Варна"

## 5. ПРИНОСИ В НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА КАНДИДАТА

Научните приноси на кандидата са многобройни – повечето от тях са важни и оригинални. Тези приноси могат да бъдат представени по следния начин:

- Адаптирани са основни теоретични постановки от семиотичната наука за анализа на рекламното съдържание, като са предложени матрица на знаците, формиращи текста на телевизионните реклами и концепция за генерирането на нови значения в рамките на семиозиса при възприемането на рекламното съдържание;
- Аргументирана е необходимостта от използването на мултидисциплинарен подход при анализа на маркетингово съдържание, който включва комбинация от методи и техники от приложния семиотичен анализ, качествени, количествени и експериментални проучвания;
- Въз основа на проведени емпирични проучвания е предложена и апробирана процедура за използването на приложен семиотичен анализ в рамките на рекламните изследвания;
- Аргументирана е необходимостта от изследването на отделния принос на елементите на рекламния текст, като са посочени ползите от изучаването им и предимствата на този подход в сравнение с традиционното изследване на общото въздействие на рекламата върху потребителите;
- Изследвани са връзките между предварителните тестове на рекламино съдържание и експерименталните маркетингови изследвания.

- Обобщени са основните специфики, методи и техники при използването на полеви и лабораторни експерименти за предварително тестване на рекламното въздействие.
- Формулирани са препоръки относно дизайна за прилагане на експерименталния подход при предварителния анализ на въздействието на рекламното и маркетинговото съдържание върху целевата аудитория;
- Въз основа на проведено емпирично проучване са описани практиките на използване на предварителни тестове на реклами и маркетингово съдържание в България и са формулирани насоки за преодоляване на слабостите, свързани с прилагането им.
- Предложен е подход за класификация на онлайн рекламата.
- Предложен е теоретичен модел за изследване на факторите, влияещи върху намеренията на потребителите за устойчиви действия.
- Въз основа на резултатите от проведено емпирично проучване е предложена скала за измерване на разминаванията между идеалната представа и оценките за реалността на респондентите, като се дават насоки за профилиране на потребителите с устойчиво поведение;
- Въз основа на проведено качествено проучване с респонденти от България, Румъния и Сърбия са извлечени две групи мотиви, обуславящи връзките между активизма и устойчивото поведение – еко и egoцентрични.
- Формулирани са базови препоръки, отнасящи се до използването на резултатите от изследването за позициониране на продукти и услуги в сегмента на потребителите с различни проявления на устойчиво поведение.

Според мнението ми гореизброените научни приноси показват упорита работа и научна отговорност в продължение на много години прекарани в научни изследвания. Те представляват кандидата като солиден и добросъвестен учен.

## **6. ХАРАКТЕРИЗИРАНЕ АКАДЕМИЧНАТА ИЗВЕСТНОСТ НА КАНДИДАТА**

Гл. ас. д-р Свilen Иванов е известен в научните среди (най-вече маркетинг и реклама) в рамките на нашата страна. Съдейки по неговата научна дейност и по личния ми контакт с него, аз, както вече споменах по-горе", смятам че той е високопрофесионален учен и преподавател – уважаван от колеги и студенти.

## 7. КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

От гледна точка на моите научни интереси (реклама, брандинг и др.) бих искал да препоръчам на гл. ас. д-р Свilen Иванов да продължи със своите "семиотични изследвания в областта на рекламата" или казано по друг начин - "рекламни изследвания в областта на семиотиката". Смятам, че връзката семиотика-реклама е важно и значимо изследователско поле от академична и практическа гледна точка.

## 8. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гл. ас. д-р Свilen Иванов, в качеството си на кандидат за заемане на академичната длъжност "доцент", отговаря на приетите препоръчителни изисквания. Научните му публикации са ценни, а приносите са оригинални и значими.

Като имам предвид количествената страна на научните му публикации, както и качествената страна, убедено предлагам гл. ас. д-р Свilen Венков Иванов да бъде избран на академичната длъжност "доцент" в област на висшето образование 3. "Социални, стопански и правни науки", професионално направление 3.8 "Икономика", научна специалност "Маркетинг (Анализ на маркетинговото съдържание)" в Икономически университет - Варна. Моят личен вот е категорично "ДА"!

**Член на научното жури:**

Заличена информация съгласно  
ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679

/Prof. Dr. Hristo Katrandjiev/

12 септември 2022