

С Т А Н О В И Щ Е

на проф. д-р ик.н. Лилия Вълчева Каракашева
научна специалност 05 02 10 Световно стопанство и МИО

относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен доктор по научна специалност 05 02 10 „Световно стопанство и международни икономически отношения”, с автор Делян Огнянов Костадинов

Тема на дисертационния труд: **ИНТЕРАКТИВЕН МАРКЕТИНГ В СФЕРАТА НА ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ**

Основание за представяне на становището: заповед 204/16.02.2016 г. на ректора на ВСУ за участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд.

1. Информация за докторанта.

Делян Огнянов Костадинов е зачислен в доктурантура към катедра „МИО” през 2013 г. по научна специалност 05 02 10 „Световно стопанство и международни икономически отношения“. В образованието му преди зачисляване в докторантура се наблюдава логична еволюция в определена и устойчива област – управление и маркетинг. Висше образование бакалавър по Стопанско управление – ММБ получава във ВСУ „Черноризец Храбър” и магистърска степен по Международен маркетинг в същия университет. В ИУ-Варна придобива специализация по Маркетингово лидерство, Бизнес комуникации и PR и Мениджмънт във водния транспорт. Трудовият път на докторанта показва различни организации, като най-често изпълнява функции в сферата на маркетинга. Понастоящем самостоятелно издава електронно издание Четвъртата власт.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд.

Дисертационният труд е разработен в общо 222 стр., в границите на две основни части, увод, заключение, приложения, литература. В увода на труда правилно се обосновава изборът на темата от позицията на значимост, актуалност и перспективност, кратко, но добре са формулирани теза, обект на изследване, цели и задачи. Убедително са представени

хипотези, които авторът доказва в следващите страници. Посочени са и методите на изследване в процеса на работата над дисертационния труд.

3. Положителни резултати от изследването.

- Дисертационният труд започва с добър увод – правилно и ясно формулирани теза, цели, задачи и хипотези. Положително впечатление прави отбелязването на ограниченията, които логично обосновават и приноси на автора.
- Дисертацията се предшества от въвеждаща част, в която авторът разглежда същността и специфичните особености, както и обещаващото бъдеще на интерактивния маркетинг
- Заслуга на докторанта е доброто разграничение като съдържание и характеристики на дигиталния и интерактивен маркетинг – прилики и специфични нюанси като обхват, цели и предимства в различни сфери на социалния живот. Особено внимание се обръща на нарастващата роля на интерактивния маркетинг в сферата на рекламата и връзките с обществеността. Това е добър преход към втората глава, посветена конкретно на интерактивния маркетинг в сферата на образованието.
- Заслуга на автора е направеният анализ и оценка на взаимоотношението социална мрежа и маркетинг организации с потребителите на различни услуги, вкл. образователни. Така наречените персонализирани информационни канали се третират от позицията на интерактивния маркетинг с неговите богати възможности, по мнението на докторанта недостатъчно използвани.
- В края на глава първа авторът правилно отделя съществено внимание, макар и твърде синтезирано, на приложението на маркетинг в сферата на висшето образование, с което разширява основата за едно целенасочено изследване на възможностите за приложение на интерактивния маркетинг в този специфичен и сложен сектор на социалния живот.
- В глава втора постижение на автора е емпиричното изследване на нагласите на потребителите на образователни услуги в сферата на висшето образование. Изследването е осъществено на основата на сравнително богато анкетно проучване сред студентите от бакалавърска и магистърска степен във ВСУ „Черноризец Храбър”. Анкетите са дело на самия докторант, както и обработката на резултатите от приложението им. Собственият опит на автора в качеството му на възпитаник на този университет и резултатите от емпиричното приучване са основа за верни и полезни изводи.
- Интересен опит е в изводите от проучването да се намери оптимумът на отношенията между университет и студенти от позицията на постигане на интересите и на двете страни – високо качество на образованието в

условията на тясно взаимодействие между обучение и бизнес, от една страна, и повишаване на приходите за университета, като условие и предпоставка за това качествено обучение, от друга.

- Безспорно, не можем да отменим и факта, че изследването еволюира до наши дни.
- С направените изводи заключението – покрива и потвърждава хипотезите и правилно формулира реалните резултати и приноси на дисертационния труд.

4.Критични бележки и препоръки.

Всяко изследване върху специфичен и сложен актуален проблем предизвиква интерес и поставя въпроси, води до критични съображения, които най-често имат за цел по-нататъшно задълбочаване и подобряване на постигнатите резултати. В този смисъл са формулирани и бележките в следващите редове.

- Безспорно, емпиричното проучване на основата на анкети, разработени от самия автор на дисертационния труд, предполагат още по-задълбочен анализ на изводите особено по отношение на възможностите за по-нататъшно подобрене на качеството на обучение, защото наличната материална и софтуерна база на ВСУ го позволява. Дигитализацията на обучението е обект на критика от страна на докторанта, но по-скоро по-отношение на интерактивния маркетинг, а проблемът е много по-широк.
- Наистина стратегията за развитие на образованието до 2020 г. е единствения документ на национално равнище, който авторът ползва и привежда, но той не съответства повече на действителността и изискванията пред образованието, в т.ч. и висшето образование, или има място за по-ясна и обоснована критика.
- Авторът не прави опит да проектира постигнатите резултати от направеното проучване и върху други висши учебни институции, което ограничава труда до едно частно висше училище. Естетствено това не е основна цел на дисертацията, но като перспектива за изследователска дейност представлява интерес.
- Би могло по-ясно и детайлно да се разгледа ролята на държавата за развитие на дигиталния маркетинг по пътя на възможностите, предоставяни от европейското финансиране на образователни и информационни потребности

5.Оценка на публикациите на автора.

Представени са общо 2 публикации, посветени на дисертационния труд. По обем те отговарят на изискванията за конкурс по посочената научна и образователна степен доктор, а като съдържание, са свързани с проблематиката на защитаваната теза, цели и задачи.

6. Оценка на автореферата.

Авторефератът е представен в установената форма и съдържание. Той отразява в обобщен вид основните резултати от изследването и дава необходимата представа за теоритичните и приложни постижения на автора. Справката с приносите по оценка на самия автор е добре формулирана и отразява реалността на резултатите.

7. Заключение

Посочените положителни резултати от изследването на Делян Огнянов Костадинов, посветено на „Интерактивен маркетинг в сферата на висшето образование“ дават основание за обща положителна оценка на научния потенциал и възможности за изследователска дейност на кандидата по конкурса. Това ми позволява убедено да гласувам положително за присъждане на Делян Огнянов Костадинов на научната и образователна степен доктор по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност Световно стопанство и международни икономически отношения.

София, 09.03.2016 г.

Проф. д-р ик.н. Лилия Каракашева