

РЕЦЕНЗИЯ

От професор доктор Емил Спасов Панушев

На дисертационния труд на Делян Огнянов Костадинов

„Интерактивен маркетинг в сферата на висшето образование“

За присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност „Световно стопанство и МИО“

Настоящата рецензия е изготвена на основание участието в научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 204/16.02.2016 г. на ректора на ВСУ „Черноризец Храбър“

Делян Огнянов Костадинов е докторант на самостоятелна подготовка към катедра „Международна икономика и политика“ на факултет „Международна икономика и администрация“ на ВСУ „Черноризец Храбър“.

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд е структуриран в две глави, увод и заключение, общият му обем в 222 страници. Основният текст е 214 стр. и в него са включени 11 фигури и 2 таблици, като отделно са представени в илюстративен вид резултатите от маркетинговото изследване. Използваната литература обхваща 106 заглавия на български и английски език.

Дисертационният труд е посветен на актуални проблеми свързани със съвременните подходи в приложението на маркетинга в сферата на висшето образование. Динамиката в съвременната икономика обуславя необходимостта от развитие на нови подходи в образованието и различните му степени. Ето защо трудът е потърсил отговор на

въпросите за съвременното състояние на разглеждания проблем и е потърсил отговор на актуални въпроси на ориентираността на студентите в отговор на изискванията на бизнес средата.

Първата глава систематизира аналитичния подход на изследването, като представя същността на интерактивния маркетинг и спецификата на неговото приложение в сферата на образованието. Систематизирани са основните подходи при маркетинговия анализ, разработени от български и чуждестранни автори. Дефинирани са основните канали на взаимодействие в образователната среда и мотивацията за насочването към образованието като източник на образователна ползност.

Съществена част от дисертационния труд е посветена на анализа и оценката на стратегията на Министерството на образованието и науката за следващия програмен период и е изтъкната необходимостта от реформи в националната образователна система.

Предвид изтъкнатите предизвикателства докторантът разработва възможностите за приложение на маркетинга във висшето образование, като се позовава на вече публикувани градации на степените и етапите в процеса на проучване на образователните възможности и потребности и връзката с актуалната бизнес среда. В тази връзка са разработени и предпоставките и стимулите за приложението на маркетинговия инструментариум в образователната сфера. Формулирани са изводи за възможностите и необходимостта от използване на маркетинговата техника при създаването на нови образователни модели.

Втората глава има конкретен научно-приложен характер. Тя представя проведено от докторанта изследване на нагласите на потребителите на образователни услуги в сферата на висшето образование. Разработена е собствена методология на подбора и анализа на събраната информация, като са представени резултати от проведени

анкети на потребители, основно студенти. Съобразно възприетата методология е осъществено изследване под формата на анкета, както и маркетингов диалог сред работодатели.

Постигнатите резултати от обработването на анкетния материал и аналитичните разбирания на автора са послужили като основа за разработването на идеен модел на интерактивна комуникационна платформа. Нейното приложение авторът вижда в магистърската степен на висшето образование, където в най-голяма степен се срещат както изискванията на бизнеса от съвременни и модерни знания, така и нагласите на потребителите на образователни услуги да отговорят на търсената квалификация. В дисертационния труд е представен идеен проект за интерактивна магистърска програма, който да съчетава динамиката в бизнеса с приложението на инструментариума на интерактивния маркетинг. На тази основа са формулирани изводи за приложението на модела при усъвършенстване на образователната система.

Формулираните изводи в края на всяка от главите и в заключението дават представа за постиженията на автора в прилагането на съвременни маркетингови научни походи за развитието на образователните модели в страната. Изследването и изводите са дело на докторанта и имат конкретен научно-приложен характер и представляват обогатяване на съществуващи знания и приложение на научни постижения в практиката.

Представените методи на маркетингов анализ и резултатите от разработените предложения имат дават възможност за усъвършенстване на образователния модел в България в отговор на динамичната бизнес среда.

ОЦЕНКА НА АВТОРЕФЕРАТА И ПУБЛИКАЦИИТЕ

Авторефератът е с обем от 32 страници. Той дава обобщена представа за основните цели задачи и методи на изследването. Подробно са представени резултатите и основните изводи от анализа. Съдържа справката за научните приноси и списъка на публикациите по дисертационни труд.

Посочените в автореферата публикации на Делян Огнянов Костадинов представят съществени части от дисертационния труд в доклади на научни форуми. Те правят тезите на автора достойни на обществеността в България и чужбина. Публикациите съдържат основни резултати от изследователската работа на докторанта.

КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

Към дисертационния труд биха могли да бъдат отправени и критични бележки, главно по отношение на обхвата на изследването и произтичащата от това ограниченост в интерпретирането на постигнатите резултати. По тази причина част от приносите не би следвало да се третират като постижения на автора.

В основата на подхода на докторанта е маркетингът с неговите възможности за оценка на влиянията на външна среда. По тази причина би могло да се препоръча на докторанта в неговата бъдеща работа да се съчетаят изследвания на повече субекти не само в страната, но и в чужбина, като се анализират причините за различията в образователния маркетинг в страните с достижения в образованието и бъдещите реформи, дефинирани в националната стратегия.

Посочените критични бележки и препоръки не се отразяват върху количеството и качеството вече дефинираните резултати и приноси моменти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисертационният труд на Делян Огнянов Костадинов „Интерактивен маркетинг в сферата на висшето образование” съдържа необходимите научно-приложни приноси и отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, поради което предлагам на Уважаемото научно жури да му се присъди образователна и научна степен „доктор”.

12.03.2016 г.

Гр. Варна

Рецензент:

/Проф. д-р Емил Панушев/