

## СТАНОВИЩЕ

от проф. дфн Христо Кафтанджиев

за дисертационния труд на госпожа Габриела Павлова на тема  
„Маркетингови комуникации, насочени към насърчаване на  
раждаемостта в България, Дания и Италия за периода 2013 – 2018“

Този дисертационен труд е за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността).

Габриела написа докторат, който отговаря на всички показатели за качествен научен труд.

Причините за това са следните:

Госпожа Павлова е публикувала четири научни статии, а именно:

- Павлова, Габриела. *Маркетингови кампании за насърчаване на раждаемостта: изследване на пример от практиката – кампанията „Do it for Denmark“ в Дания.*// Newmedia21.eu, 2018 [под печат]
- Павлова, Габриела. *Маркетингови кампании за насърчаване на раждаемостта: изследване на пример от практиката – кампанията #FertilityDay в Италия.*// Годишник на Софийския университет "Св. Климент Охридски", 2018 [под печат]
- Павлова, Габриела. *Има ли връзка между качеството на услугата „сигурност“ и нивата на раждаемост в България?//* МВР2030: Предизвикателства пред политиките за сигурност. Научни доклади. София, Синдикална федерация на служителите в МВР /СФСМВР/, 2018

- Pavlova, Gabriela. *Demographic Change in Europe: Fertility, Child-Friendly Policies, and Their Implementation.* // Proceedings of Papers of International Conference on Knowledge and Politics in Gender and Women's Studies 2015. Ankara, Gender and Women's Studies, GSSS, ODTÜ, First electronic published version: April, 2016

Това е с една статия в повече от необходимото.

Дисертацията също отговаря напълно на изискванията за такъв научен труд.

Тя е в обем от 251 страници по БДС (1800 знака на страница).

Габриела е цитирала 281 научни книги и научни статии - 47 на български; 216 на английски; 17 на италиански и 1 на датски.

Темата е повече от актуална – като се има предвид сериозният демографски спад в Европа.

Отлично са формулирани обектът и предметът на изследването.

Същото се отнася и за целта и задачите на изследването.

За качествения анализ помага и използваната комбинация от качествени и количествени методи за изследване, като основните качествени методи са анализ на случаи (case studies), анализ на документи и наблюдение. По отношение на количествените методи е приложен методът вторичен анализ на количествени данни.

Много важно е и, че Габриела прецизно е очертала ограниченията на изследването.

Дисертацията е организирана в следната структура: увод, три самостоятелни глави и заключение.

## Първата глава

Тук Габриела изследва задълбочено понятийния апарат. Анализирани са коректно важни аспекти на теорията за комуникацията, семиотиката, архетипите и някои други важни аспекти на маркетинговите комуникации.

Много важно е и, че е анализиран и моделът за културните дименсии на Геерт Хофстеде. Причината е, че докторантката сравнява маркетинговите комуникации на три различни европейски култури.

Първата глава отговаря напълно на качествените изисквания за такъв научен труд.

Втората глава

Тя е посветена на политиките на национално ниво по отношение насърчаване на раждаемостта и подпомагане на семейства с деца в България, Дания и Италия.

Чудесно впечатление прави, че Габриела е направила емпирично изследване. Докторантката е анализирала добросъвестно много научна литература в това отношение.

И втората глава отговаря на стандартите за качествено научно изследване.

В последната глава са анализирани подробно три маркетингови кампании, които имат за цел да насърчават раждаемостта в трите европейски държави – Дания (кампанията от 2014 – 2016 година ‘Do it for Denmark’), Италия (кампанията #FertilityDay от 2016 година) и България (кампанията „Направи го за България“ от 2017 година).

В тази си анализи Габриела демонстрира, че може да прилага отлично важни аспекти на теория на комуникацията, семиотиката, теорията на архетипите и др.

На основата на всичко това са направени и ценни изводи и препоръки.

Научните приноси на докторантурата:

- Направена е матрица, с която се изследват по-качествено маркетинговите комуникации за насърчаване на раждаемостта в България, Дания и Италия.;
- Абстрахирани са ключовите характеристики на съвременните общувания по отношение на по-високата раждаемост и др.

Като заключение искам да подчертая, че дисертационният труд на госпожа Габриева Павлова е качествен и отговаря напълно на стандартите за такова научно изследване.

Поради всички тези причини ще гласувам да се присъди на госпожа Габриева Павлова образователната и научна степен „доктор” и се надявам, че и останалите колеги от Комисията ще постъпят по същия начин.

15.04.2019

Подпис,

проф. дфн Христо Кафтанджиев