

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Кристиан Банков, Нов български университет

на

дисертационния труд на Теодора Тодорова Петкова представен за публичната защита в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации — Връзки с обществеността), на тема „Дигитални маркетингови комуникации - аспекти на маркетинга чрез съдържание“ (научен ръководител: Проф. д-р Христо Кафтанджиев)

Теодора Петкова е представила за преценка дисертационен труд от 343 стр., разделен на три глави, увод, заключение, библиография (290). Трудът е добре оформен, написан е на добър български език, но разбира се не се чете лесно предвид професионалната терминология осеяна с неологизми. Графичните примери и уеб изображенията са доста разнородни и това прави трудно предпечатното оформление.

1. Значимост на изследвания проблем в научно и научно-приложно отношение.

Дисертацията на Теодора Петкова е посветена на един изключително актуален проблем, а именно все по-важната роля, която маркетингът чрез съдържание играе в управлението на брандовете на големите компании днес. След възхода на социалните медии, когато световната мрежа започва да бъде доминирана от съдържание, генерирано от потребителите, задачата пред подобен тип изследвания става значително по-комплексна и това дава видимо отражение на общата постановка на дисертационния труд. Приносите са фокусирани около обширното понятие за диалогични маркетингови комуникации и не остава съмнение, че маркетингът на бъдещето е дигиталният маркетинг, който взема сериозно под внимание възможностите на дигиталната интерактивност.

2. Обоснованост на целите и задачите в дисертационния труд.

Сред основните цели на труда е откриването какво на практика представлява преходът от традиционен към дигитален маркетинг и какво би улеснило този преход от традиционния маркетингов микс (продукт, цена, място, промотиране) към концептуализацията и практическото приложение на маркетинга и маркетинговите комуникации като сбор от практики на диалог и обмен на знания. Обосновката е

убедителна и дава основание на разделението на темите на главите както следва: от по теоретичния обзор на дигиталните маркетингови комуникации в гл. I, през задълбочаване на темата за семантичната мрежа във II част и конкретни изследвания на уеб съдържанието на големите компании в част III.

3. Съответствие между избраната методология и методика на изследване и поставената цел и задачи на дисертационния труд.

Комплексността на зададения проблем и иновативния характер на дигиталните технологии не предполагат унифициран изследователски метод и авторката на труда полага известни усилия да оправдае тази еkleктика. Оригинален е обзорът на темата за диалогичността от критическата философия, семиотиката и херменевтиката, показвайки известна приемственост. Избраните методи включват сравнителен анализ, моделиране, типология и емпирично изследване посредством представената двумодална рамка. Методологичният дефицит е оправдан от огромното количество цитирана литература, където също не може да се открият утвърдени изследователски методологии.

4. Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд (описание и оценка), включително наличие на оригинален принос в науката.

Дисертационният труд се отличава с поредица авторски приноси, между които създаване на модел на общуването на потребителя със съдържанието в Мрежата; извеждане на понятийни уточнения на израза "маркетинг чрез съдържание", предложение за въвеждане на дефиницията "уеб съдържание", създаване и приложение на интердисциплинарна рамка за анализ по смесени критерии на маркетингово съдържание в Мрежата с оглед неговите диалогични и семантични (в смисъл на машинночетими аспекти), изготвяне на предложение (концептуализация) за граф на знанието, който да служи за диалогичната комуникация по време на маркетингово общуване в Мрежата, извеждане и анализ на емпирични данни относно ползването на [schema.org](https://www.schema.org/) от страна на първите десет компании от индекса S&P 500 ESG.

Макар целият сектор да е в изключително динамична фаза на развитие може да се приеме, че тези приносни моменти са добре обосновани и биха имали приложение за други подобни изследвания.

5. Преценка на публикациите по дисертационния труд: брой, характер на изданията, в които са публикувани. Цитиране от други автори.

Посочените публикации по темата са 7 и тематично покриват добре дисертационния труд, но реално нито една от тях не е в индексирано или поне престижно научно списание. В подкрепа на автора бих отбелязал, че по принцип по тази тема изборът не е голям, а цитируемостта е трудно установима.

6. Мнения, препоръки и бележки.

Като забележка бих посочил основно липсата на част, посветена на разузнаване в социалните медии (Social media intelligence), което вече е неразделна част от дигиталния маркетинг, ориентиран към съдържанието. Също така обобщенията от анализите/описанията на сайтовете можеше да са изнесени в приложение или да са посбити.

7. Заключение с ясно формулирана положителна или отрицателна оценка на дисертационния труд.

Въз основа на казаното до момента убедено препоръчвам на научното жури да присъди образователна и научна степен „доктор” на Теодора Петкова.

София, 27 февруари 2022 г.

К. Банков.....