



СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р **Теодора Радоева Петрова-Иванова**, преподавател във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Кл. Охридски“, професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки.

за дисертационния труд на **Богомила Василева Колева** на тема „Управление на бизнес-репутацията при кризи с пандемичен характер (2020-2023 г.)“ за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по (Медии и комуникации- Управление на репутационни кризи) по “ 3.5 Обществени комуникации и информационни науки

Научен ръководител : проф. д-р Николай Михайлов

1. Актуалност на темата и обща характеристика на дисертацията

Настоящата рецензия на дисертационния труд на Богомила Колева на тема: „Управление на е труд, който е разработен съгласно изискванията на ЗРАСРБ, правилника за неговото приложение в СУ, както и университетските академични стандарти и изисквания за такъв род разработки. Научният труд, според мен, отговаря на тематиката, критериите, изискванията и спецификата на научната специалност и профила на първичното обучаващо звено – Катедра КАП. Дисертационният труд предполага тезата, че „ако компаниите не се придържат към определени комуникационни правила по време на кризи и не пристъпят към изработването на антикризисни стратегии, няма да притежават необходимото знание и ще действат инстинктивно“. За да защити тезата си, авторката си поставя следната цел на изследването: реализиране на целта е предвидила следните задачи: да установи дали големината на компаниите е от значение при изработване и прилагани на антикризисни мерки, дали тяхната репутация се отразява на работата им в криза, има ли и какви са мерките на бизнеса в условията на пандемия, реакцията на представителите на бизнеса в сферата на хотелиерството и есторантьорството, ролята и влиянието на медийните публикации върху репутацията на фирмите по време на пандемия.

Актуалността на темата се обуславя от необходимостта да се изследват „ефектите от пандемията от COVID-19 върху бизнес репутацията на организациите и изграждането на нови модели за справяне с негативните последици от нея“, пише авторката. Целта е „да проверим



по какъв начин компаниите се пренастройват спрямо новата кризисна реалност“ . Според авторката , „ две години след възникването на пандемията все още научните разработки за това как бизнес организациите се справят с възникналата пандемична криза са малко“ и това изследване допринася за изясняване на механизмите за управление на репутационни кризи.

Предмет на изследването е бизнес-репутацията и управление на антикризисни модели на кризи с пандемичен характер, в случая от COVID-19. **Значимостта** на изследването се състои в събраната, анализирана и обобщена информация, анализа на проблематиката, застъпена в различни български документи и публикации, Друга значимост на изследването е, че резултатите биха могли да имат практическа приложимост. За целите на изследването си, авторката е проучила специализирана литература в областта на кризисния и комуникационния мениджмънт, направила е интервюта, за да проследи възможностите и капацитета на компаниите за управление на кризата. Събрала е и анализира медийни публикации относно поведението на бизнеса в условия на пандемия криза.

Освен текста на дисертацията, докторантката подкрепя своите научни изследвания с няколко публикации, свързани с изследваната област, които показват професионална и научна експертиза. В дисертационния труд са използвани съвременни автори, цитирани са доказани научни изследвания, и мога да кажа, че посочената библиография съответства на характера на дисертационния труд. Докторантката показва способност да систематизира емпиричен материал, да обобщава и да формулира изводите си.

Автореферат отговаря на академичните стандарти и отразява същността на дисертационния труд. Научните приноси са коректно изведени. Несъмнена е актуалността на темата на дисертацията, коректно са посочени целите и задачите на изследването.

2. Структура и съдържание на дисертацията

Дисертацията на Богомила Колева е в общ обем от 231 страници, от които 205 стр. основен текст на дисертацията. Дисертацията включва още библиография и две приложения. Всяка глава допълнително е разделена на подглави, които разделят логически текста. Библиографията включва 61 научни заглавия на български и английски език и 63 онлайн източника, като са включени и медийни публикации, основа на изследването. Смятам, че това е достатъчен обем текст и достатъчно използвани източници за такъв род разработка.



Представените публикации на докторантката по темата покриват изискуемия обем за защита на дисертационен труд. Смятам, че представените научни публикации покриват изискванията за ОНС „доктор” и представят публикационната активност на докторантката.

Текстът е добре структуриран, главите са балансирани като обем, езикът е четивен. Дисертационният труд включва задължителни елементи - обект и предмет, цели и задачи на изследването, методология и научни приноси. Резултатите и изводи да имат практико-приложен характер.

Първа глава на текста е посветена на изясняване на понятия като „криза“, „управление на репутацията“, „кризисен мениджмънт“, „комуникационен мениджмънт“ и „медийно влияние“, репутация и други, както и принципи на кризисния мениджмънт. Във втора глава авторката разглежда икономическите последици от пандемията от Ковид-19, наличието и прилагането на антикризисни стратегии от организациите, дадени са примери за успешни бизнес модели на управление, в следствие на кризата от COVID-19. Дадени са примери от България и страни от Централна и Източна Европа. В трета глава е разгледан мениджмънта на фирмите в условия на криза – пандемията от Ковид 19. В тази глава е разположено емпиричното изследване на типовете организации уменията за изработване на стратегия за справяне с бизнескризи по време на пандемия..

Научни приноси

Представената дисертацията е оригинално научно изследване, което по моя преценка, съдържа научни приноси, които са коректно формулирани и изведени от докторантката. Някои от тях са: събирателство и проучване на публикации, направеното собственото анкетно проучване, проучване на практики и възможности за изработване и прилагани на антикризисни стратегии на организациите. Изследвано е взаимодействието и влиянието между публикации в медиите, бизнеса и институциите по време на кризи и по-специално в сектора на хотелиерството и ресторантьорството. Резултатите от изследването имат практико-приложен характер.

3. Препоръки към докторантката по темата на дисертацията.

Разбира се, всеки текст може да бъде подобряван. Според мен текстът може да спечели от изясняване на използвани понятия, на места в текста, докторантката намира вътрешни връзки и логика, които би могла да експонира по-добре, както и уточняване и анализ на процеси при ясно дефинирани подходи. Ката цяло, текстът би могло да има по-голяма хомогенност.

Заклучение

Представената докторска дисертация е оригинално научно изследване, което показва постигнатото от докторантката Богомила Колева, нейните теоретични знания, познания в



областта на управлението на кризи в бизнеса в пандемия – Ковид 19. То показва уменията да бъде проведено авторско изследване, което тя е включила в текста. Тази дисертация разширява изследванията на практиките по отношение на управлението на кризи в бизнеса в условията на пандемия, които могат да имат практика-приложен характер.

Като изхождам от всичко казано до тук, и подчертавам достойнствата на представения текст, убедено **препоръчвам** на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен "**доктор**" по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки **на Богомила Колева**, докторант в катедра КАП –ФЖМК-СУ.

София, 06.06.2020 г.

Подпис:

Проф. д-р Теодора Петрова