

## СТАНОВИЩЕ

За дисертационния труд на тема: **„Методи за анализ на новите дигитални медии и модел за тяхната интеграция в маркетинговите стратегии“** с автор **Мирена Христова Тодорова – Екмекджи** за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление област 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.7. Администрация и управление (Социално управление)

Член на научно жури: **проф. д.ик.н. Невяна Кръстева**, СУ „Св. Кл. Охридски“

**Основание за представяне на становището:** участие в състава на научното жури за защита на дисертационния труд, въз основа на заповед РД 38-112 от 09.02.2017 г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“.

### **1. Информация за докторанта:**

Мирена Тодорова придобива ОКС „Бакалавър“ и „Магистър“ в СУ „Св. Климент Охридски“. Натрупвала е значителен преподавателски опит в катедрата по „Стопанско управление“ на същия университет като хонорован асистент по маркетингови дисциплини. По темата на дисертацията тя има опит като консултант и служител в различни бизнес компании и агенции, където се е занимавала активно с маркетинг и дигитален маркетинг.

### **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Представеният дисертационен труд **„Методи за анализ на новите дигитални медии и модел за тяхната интеграция в маркетинговите стратегии“** е с обем 382 страници, от които 299 страници същинска част и 82 страници приложения. Състои от увод, изложение в три глави и заключение. Списъкът на използваните източници

съдържа 189 заглавия, които включват източници на български и на английски език, статии от научни издания, публикации на международни организации и конференции. В източниците и в публикациите на докторанта е включена и съавторска монография „Дигит@лен м@ркетинг”, в която авторът на дисертационния труд участва със 194 страници собствен текст.

Изложението на дисертацията е изградено логично и съгласувано като има добро съотношение между отделните части. В първа глава се представят и анализират понятия и изследвания по съответната тема, във втора глава е описано проведеното от автора емпирично проучване с компетентни експерти по темата, работещи и управляващи в сферата на маркетинг, реклама, комуникации и дигитални медии, а в трета глава на база на данните и резултатите от предишните глави са предложени: 1) авторски метод за оценка и анализ на степен на полезност и избор на най-подходящите НДМ (нови дигитални медии) за маркетинговите стратегии; 2) модел за интеграция на най-подходящите НДМ в маркетинговата стратегия спрямо бизнес целите. Към дисертацията са приложени 82 страници, 4 приложения със статистически данни и таблици с резултати от емпиричното проучване на докторанта.

**Актуалност на разработвания в дисертационния труд проблем:** Проблемът е актуален както в научно, така и в научно-приложно отношение. В България, както и по света, компаниите търсят нови методи и модели за по-ефективно прилагане и използване на новите дигитални медии в маркетинговите стратегии. Емпиричното проучване предоставя полезни за компаниите изводи и препоръки, както и метод за анализ и избор, който може да бъде използван на практика. От своя страна моделът за интеграция на най-подходящи НДМ в маркетинговите стратегии е полезен синтез и надграждане/ допълване на съществуващите до момента концепции за стратегически маркетинг в научен аспект. По-голяма част от описаните от автора литературни източници и проучвания са от последните 3-5 години, което говори за актуалност и осъзнатост на динамичната природа на тематиката и проблема.

**Самостоятелен смисъл, авторство и принос** на модела придават включените в него метод за оценка на НДМ, схема и описани допълнителни етапи, като подход за интеграция на НДМ в маркетинговите стратегии, които са различни от включените в литературния обзор. Представеният модел за интеграция на НДМ в маркетингови стратегии е достатъчно широко формулиран, така че да бъде приложен за различни

типове компании и индустрии, както и за различни НДМ, като се вземат предвид спецификите им.

**В дисертационния си труд авторът демонстрира отлична степен на познаване на състоянието на проблема, както и на съществуващата литература по темата в България чужбина.** Авторът е представил обширен набор от теории и концепции за маркетингови стратегии, стратегическо планиране и НДМ.

Дисертантът базира проучването си на водещи концепции и теоретични схеми в сферата на маркетинговите стратегии, стратегическото управление и дигиталния маркетинг и ги използва и интерпретира адекватно и по същество. В дисертационния труд са описани и анализирани множество съществуващи съвременни теории, проучвания и практики по темата, предоставен е и обширен списък с литература по въпроса. Голяма част от източниците са чуждестранни или електронни, което отговаря на спецификата и динамиката на изследвания проблем, както и на ограничената литература на български език по темата и изследвания проблем. Използваните информационни източници са достатъчно и са подходящо подбрани. В приложения списък с публикации на автора прави впечатление и участието в монографията „Дигит@лен м@ркетинг“, издадена от СУ „Кл. Охридски“, която е единствената към момента в България по тази тема и е добра основа за преподавателска дейност и развитие на научни приноси.

**Избраната методика на изследване отговаря на целите и задачите на дисертационния труд.** На база на постигнатите от теоретичното и емпирично изследване резултати и изводи се базират и постигнатите приноси на автора. Докторантът е извършил значителна самостоятелна работа по осъществяването на двата емпирични етапа на изследването – провеждане на интервюта на живо с експерти от практиката за събиране на качествени данни и ориентация по темата и проблема и провеждане на онлайн анкета за събиране на количествени данни по изследователските въпроси и хипотези. Докторантът е посочил и ограниченията на своето изследване и насоки за бъдещо развитие на изследователската дейност по проблема.

**Оценка на научни и/или научно-приложни приноси на дисертационния труд:** Постигнатите резултати са съществени и са плод на дългогодишен опит, труд и проучване по темата на дисертацията. Съществено постижение на дисертанта са: прегледът и анализът на актуалната дигитална среда и тенденциите за използване на НДМ в България от бизнеса и от потребителите; сравнението на обстановката и тенденциите в България с тези в ЕС.

Важно е да се отбележи също, че предвид бързата динамика на новите дигитални медии и промяната, която те провокират в управлението на бизнес стратегиите и потребителското поведение, е трудно да се синтезира и предложи модел за НДМ, приложим за различни отрасли и различни медии, в различни бъдещи времеви периоди, при голяма степен на неопределеност. Моделът има стратегически характер и може да се използва при стратегическото планиране на компаниите, защото както показват емпиричните резултати от изследването на докторанта – използването на НДМ с маркетингови цели е важно за конкурентоспособността на стопанските субекти в бъдеще.

Посочените приноси могат да се оценят като приноси с научен и научно-приложен характер. Получените резултати могат да са полезни за научни работници, докторанти, студенти, експерти по маркетинг и НДМ в различни компании и консултантите по бизнес и стратегическо планиране.

**Оценка на публикациите към дисертационния труд:** Авторът е представил общо 8 публикации - 1 участие в монография, 4 доклада на научни конференции, 2 студии и 1 статия в международно списание. В тях са публикувани съществени части от дисертационния труд на дисертанта. Публикациите надхвърлят изискуемия минимум.

#### **Критични бележки. Препоръки.**

- Работата би спечелила, ако текстът се преработи и систематизира като етап за бъдещи научни изследвания с критично мислене и поставяне под въпрос на постигнатите резултати от цитираните проучвания от различни източници и от авторското емпирично проучване. Научният изследователски подход предполага нееднозначност и некатегоричност на резултатите и възможност за подобрения и развитие.
- Авторът може да опише и демонстрира по-добре връзката между направените изводи от емпиричното и теоретично проучване с етапите от предложения модел.
- В текста се срещат множество чуждици и термини специфични за изследваната област, които е добре да бъдат обяснявани под линия или в скоби, в случай, че четящият не е запознат с тях и техният произход в теоретичен план.

В заключение, въз основа на направените констатации и оценки на дисертационния труд, давам положителна оценка на дисертационния труд и считам, че той отговаря на изискванията за присъждане на дисертанта на образователната и научна степен доктор по научното направление 3.7 Администрация и управление, научна специалност „Социално управление“.

Дата: 21.03.2017г.

Член на Научното жури: