



## РЕЦЕНЗИЯ

От доц. д-р Симеон Игнатов Василев, ФЖМК, СУ „Св. Климент Охридски“  
**за придобиване на образователната и научна степен „доктор“** в научна  
област 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Ефективни  
комуникации в онлайн среда)

**с дисертационен труд на тема:** „Ефективни комуникационни инструменти на  
директния дигитален маркетинг в софтуерната индустрия (психологически и  
културни специфики на потребителите в България и Германия през периода  
2017 – 2021 г.)“,

**представен от Мануела Петрова Дюлгерова-Тотева,**

редовен/задочен/свободен докторант в катедра „Комуникация и аудиовизуална  
продукция“ на Факултета по журналистика и масова комуникация

с научен ръководител: проф. д-р Теодора Петрова



## **I. Оценка на качествата на дисертационния текст**

Дисертационният труд „Ефективни комуникационни инструменти на директния дигитален маркетинг в софтуерната индустрия (психологически и културни специфики на потребителите в България и Германия през периода 2017 – 2021 г.)“ на Мануела Петрова Дюлгерова-Тотева отговаря напълно на научната специалност на катедра „Комуникация и аудиовизуална продукция“. Неговата актуалност е несъмнена поради необходимостта от изследвания в една изключително динамично развиваща се област - комуникационните инструменти на директния дигитален маркетинг.

Представеният дисертационен труд напълно удовлетворява академичните изисквания и потребности по следните причини - дава ясна картина на глобалните процеси, обяснява влиянието на ключовите комуникационни средства, добива значимост и създава научна стойност с направения сравнителен анализ на два пазара – България и Германия. Компетентно направеният сравнителен анализ интегрира социокултурни модели и фактори като потребителската психология и национални характеристики. Изследването се характеризира с убедителни аргументи и логични изводи за практическите измерения на различните теории. Намирам за особено сполучлив поставения акцент върху взаимосвързката между националните характеристики и дигиталния маркетинг, както и вниманието, което докторантът концентрира върху комуникацията „бизнес към бизнес“. Поставената цел - анализ на ефективните методи на дигиталния маркетинг в интеркултурна среда, и произтичащите от нея задачи на изследването, са постигнати. Това говори не само за много добра методологическа подготовка на докторанта, но и за практически опит. Впечатлява и разгледания в изследването период от пет години (2017-2021). Той е значителен и достатъчен за направените убедителни изводи.

## **II. Структура и съдържание на дисертационния труд.**



Структурата на дисертационният труд се състои от увод, три глави, заключение (199 стр.), приложения (бележки, фигури, съпоставителни таблици) и богата библиография от 115 заглавия, от които 78 на латиница и 37 на кирилица. Обемът е напълно достатъчен за дисертационен труд. Авторефератът точно пресъздава съдържанието на докторската дисертация. Посочени са основната цел на дисертацията и задачите, които произтичат от нея. Прецизно са формулирани обекта и предмета на научното изследване. Обект на изследването са психологическите и културни специфики на клиентите в България и Германия през периода 2017 – 2021. Предмет на изследването са ефективните инструменти на директния дигитален маркетинг в софтуерната индустрия.

Уводът включва възникването на предпоставките, идеята и мотивацията за написване на дисертацията; предметът на изследването; хипотезата; подходите и методите, използвани за изследването.

В Първа глава е поставена теоретичната рамка. Разглежда се влиянието на цифровите технологии върху развитието на комуникациите в глобален аспект, през европейската рамка и професионалната среда в България.

Във Втора глава са подложени на сравнителен анализ културните модели на България и Германия и произтичащите от тях специфики на комуникацията при онлайн пазаруване. Анализирано е и развитието на софтуерния бранш в България и Германия и конкретно е разгледано развитието на германската компания с представителство в България САП като B2B предприятие.

В Трета глава е направен същинския анализ на межкултурните различия спрямо ефективността на онлайн комуникациите в бизнес среда. Подбрани са сравними маркери, представена е статистика за дигиталните комуникации, анализирано е потребителското поведение за глобалната маркетинг индустрия.



В Заключението са обобщени основните изводи.

Съдържанието е добре балансирано. Използвани и цитирани са авторитетни източници по темата, анализирани са публикации и онлайн източници на български, немски и английски език. Библиографията е богата, цитираните източници са използвани добросъвестно и коректно. Качественото проучване се дължи и на една много добра предварителна работа в изготвяне на въпросника, необходимите демографски данни, както и на съвместната работа с научния ръководител.

### **III. Приноси на дисертационното изследване**

Дисертационния труд има теоретичен и практически приносен характер. Бих открил на първо място прецизният анализ на актуални данни за дигиталните комуникации в софтуерния бранш за периода 2017 – 2021 г. Той дава реална представа и научно обоснована концепция за сложния и изключително динамичен процес на дигиталната трансформация.

Като съществен принос бих определил и прецизно систематизираните теоретичните постановки за дигиталните комуникации и професионалните роли, ангажирани с тях. Особено ценни са систематизираните от докторанта на теоретичните перспективи на немската и британската изследователска школа, които несъмнено ще са от полза за българските проучвания.

Също така са систематизирани впечатляващи като качество и количество данни и експертизи за дигиталния маркетинг, което несъмнено има сериозен практико-приложен принос, както за специалистите по маркетинг, така и за специалистите по връзки с обществеността.



#### IV. Бележки и препоръки

Моята основна препоръка към докторанта е да продължи и в бъдеще изследванията върху инструментите на директния дигитален маркетинг, както и да прилага теоретичните си знания в практиката. Този дисертационен труд е отличен пример за необходимостта от съчетаване на теория и практика. С удовлетворение намирам, че в процеса на работа терминологията е прецизирана и е обърнато сериозно внимание на тезата за основните етични стандарти и принципи при използването на инструменти в директния дигитален маркетинг в софтуерната индустрия. В интерес на дисертационния труд ще бъде да бъде издаден в книга, която ще е от полза на студенти, преподаватели, изследователи и специалисти от практиката.

#### V. Публикации и участия в научни форуми

Научните публикации на Мануела Петрова Дюлгерова-Тотева по темата на дисертацията включват пет заглавия, представени за целите на този труд. Представените научни публикации напълно покриват изискванията за ОНС „доктор” и представят нейната публикационна активност в много добра светлина.

#### VI. Заключение

Представената докторска дисертация е оригинално научно изследване, което показва защитени тези и теоретични знания, съчетани със задълбочено изследване и практически опит.

Като изхождам от всичко казано дотук **напълно убедено препоръчвам** на уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Мануела Петрова Дюлгерова-Тотева.

Дата: 17.12. 2021 г.

Рецензент: