

СТАНОВИЩЕ

от Наталия Христова

Александрова- проф. дпсн

на дисертационен труд на тема

„Методи за анализ на новите дигитални медии и модел за тяхната интеграция в маркетинговите стратегии на компаниите в България”

на Мирена Христова Годорова- Екменджи

за придобиване на образователна и научна степен „доктор” в област

3. Социални, стопански и правни науки, Професионално направление 3. 7.

Администрация и управление (Социално управление)

Появата и развитието на дигиталната среда в съвременния ни живот оказва своето комплексно влияние върху цялостната ни пазарна среда, социалния живот и ежедневието. В този смисъл настоящата дисертационна разработка е фокусирана върху конструирането на модел за интегриране на дигиталните медии, насочени към маркетинговите стратегии на компаниите, както и извеждането на методи за анализ на тези дигитални медии. Акцентът се поставя върху новите дигитални медии като се проучват основните им характеристики и влиянието им върху развитието на бизнеса и маркетинговите концепции, маркетинговите стратегии на компаниите като цяло. Проучванията на докторантката установяват, че макар наличието на социално-ориентиран маркетинг в дигитална среда, то бизнеса у нас все още не показва ефективно възможностите на новите дигитални медии в маркетинга и бизнеса като цяло.

Чрез реализираните проучвания дисертационният труд е фокусиран към по-доброто разбиране на ползите от възможностите, представяни от тези нови медии. Докторантката проектира модел за анализ, оценка и ефективност, както и полезност на новите дигитални медии, който е базиран върху осъществяването от нея изследване и представени резултати.

В теоретичният обзор са разгледани и обобщени теории и концепции, представящи стратегическото управление, маркетинговите стратегии, които интегрират и възможностите на цифровата дигитална ера. Тук убедително се подчертава и

обосновава на базата на проучената литература, че маркетингът има ключова роля за стратегическото планиране на компаниите, както и конкурентно способността на същите.

В дисертационният труд ясно е структуриран и определен обектът на проучването, предмета, целите и задачите на разработката. Подробно са описани изследователските методи, приложените статистически процедури, както и числото на изследваните лица, стъпките по посока на реализирането на конкретната изследователска работа на дисертационната разработка. Коректното и прецизно представяне на тези важни компоненти от научноизследователската работа на докторантката показват наличие на висока мотивация, отговорност и професионализъм по пътя на нейното научно развитие и реализация.

Структурата на дисертацията е проекция на формулираните цели, задачи в разработката, както в теоретичен, така и в рамките на научното проучване. Именно на основата на осъщественото изследване, както и привеждането на други анализи и статистики, докторантката обобщава, че новите онлайн медии и дигиталната реалност имат голямо значение, както за потребителите, така и за развитието на компаниите и техните конкурентни предимства.

Особено продуктивно и научно коректно е проучването на ефективната комуникация между компаниите и потребителите, за което се проучват начините за измерване, оценка и анализ на маркетинговите усилия онлайн. Подчертава се, че познаването и използването им е важна предпоставка за планиране на развиващи се маркетингови стратегии и интеграция на нови дигитални медии.

С важен приносен акцент от дисертационната разработка е предлагането на този собствен модел за интеграция на най-подходящите нови дигитални медии в маркетинговата стратегия на компаниите в посока и според бизнес целите на конкретните компании.

Изведените и конкретно формулирани хипотези се потвърждават на базата на реализираното от докторантката проучване, а именно

-хипотеза първа-голяма част от фирмите в България не използват достатъчно ефективно възможностите на новите дигитални медии и то за маркетингови цели;

-хипотеза две-степенна на използване на новите дигитални медии от експертите е по-ниска от оценката им за тяхната полезност;

-хипотеза три- експертите искат да развиват присъствието на брандовете и компаниите за целите на маркетинга;

-хипотеза четири- експертите с по-малък стаж използват в по-голяма степен методи за анализ, следене и оценка за ефективност на маркетинговите усилия онлайн в сравнение с експертите, имащи по-голям стаж.

Изследването убедително сочи важността и полезността от ползването на новите медии от българския бизнес за различните сектори и типове компании. Формулираните и изведени препоръки конкретно са насочени към използването и прилагането на представените обобщения и изводи за развитието и конкурентно способността на българските компании. Това докторантката прави подробно с нужната задълбоченост и професионална компетентност. Реализираните теоретични анализи, обобщения, както и емпиричните данни намират своето систематично и ясно представяне в структурираните и изведени приноси на дисертационния труд.

Изследователските усилия на Мирена Христова Тодорова, както и дисертационният труд като цяло са убедително представени в списъка от публикации. Представената дисертационна разработка от докторантката Мирена Христова Тодорова се отличава с прецизност, компетентност, но и допуснати някои печатни и други технически пропуски, които са почти невъзможни като се отчита обемът от извършената работа по дисертационния труд.

Оценявам дисертационната разработка като напълно отговаряща и реализираща изискванията за докторска дисертация. Определено смятам, че трудът съдържа потенциал, а и задава нови изследователски хоризонти пред докторантката.

Дисертационната разработка представя докторантката като един компетентен и задълбочен изследовател, характеризиращ се с прецизност и професионализъм, което ми дава пълните основания да препоръчам заслуженото присъждане на образователна и научна степен „доктор” в област 3. Социални, стопански и правни науки, Професионално направление 3. 7. Администрация и управление (Социално управление)

Рецензент:

София

21.04.2017

(проф. Наталия Александрова)

