



РЕЦЕНЗИЯ

от доц. д-р **Александър Христов**, Университет за национално и световно стопанство

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 Дюлгерова-Тотева**, редовен докторант в катедра Комуникация и аудио-визуална продукция на Факултета по журналистика и масова комуникация с научен ръководител: **проф. д-р Теодора Петрова**.

I. Представяне на докторанта въз основа на подадената документация

Мануела Дюлгерова-Тотева е изследовател със сериозен академичен и практически опит – съдя за това не само по подадената документация, а по нейните постижения в сферата на комуникациите. Към нейните ясно изразени професионални достойнства могат да се добавят и постиженията в областта на бранша като цяло – тя е била член на УС и председател на Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО). Всичко това създава предпоставки за изследвания със сериозна стойност.

II. Оценка на качествата на дисертационния текст

Дисертационният труд на Мануела Дюлгерова-Тотева е посветен на тема, която е изключително актуална не само в областта на комуникациите, а в социалните науки като цяло. В свят на изключителна динамика на информационните потоци, всяко задълбочено изследване ни дава възможност да спрем, да осмислим процесите и да продължаваме напред, но по правилния път. Приемам, че настоящия текст е стъпка в тази посока.

Работата притежава всички необходими формални характеристики на сериозен дисертационен труд, стилът е на изключително високо ниво. Текстът се характеризира с интердисциплинарен характер, комбинирайки знания и методология от различни области. Проведеното изследване е самостоятелно, богато откъм инструментариум и достатъчно добре издържано като методология. Комбинацията между анализ на конкретна компания и качествено проучване създава условия за постигане на релевантни изводи.

Няколко думи за литературните източници. В необятното поле на ресурси в сферата на дигиталния маркетинг и комуникации авторката е успяла – с няколко отклонения – да стъпи



на достатъчно авторитетни монографии и публикации и по този начин да управлява по добър начин разсъжденията си. Сред цитираните автори личат имената както на академични изследователи в сферата на маркетинга и комуникациите, така и на практики. С ясното съзнание и с уговорката, че по теми, свързани с дигиталния маркетинг, има много публикации и в същото време малко от тях са задълбочени, бих дал препоръка за повече статии от специализирани онлайн източници – това би придало още богатство на анализа. Иначе източниците са използвани адекватно, с необходимия личен принос, а позоваването на цитираните автори в текста е коректно и добросъвестно.

И тъй като в дигиталния маркетинг стройна теория няма, докторантката основателно е обърнала внимание и е отредила сравнително добро място на концепцията за межкултурните различия на Хофстеде. Всъщност именно във връзката между тази теоретична база и дигиталния маркетинг виждам още едно предимство на разработката, което дори може да претендира като принос – дори по-съществен от, например, отбелязания под номер 2 (с. 194). Сравнителното изследване на ефективността на комуникационните дейности в България и в Германия, показващо, че различия в ефективността почти няма (или се дължат на друго) е нещо, което може да бъде развито и направено още по-полезно за практиците в сферата.

Както вече стана въпрос, избраните методи са релевантни, при това в представянето им е подходено достатъчно прецизно. Емпиричните данни са обработени с необходимата отговорност и обективност.

Тук е важно да се обърне внимание и на някои формални показатели. Езиково-стиловите качества на изложението са на необходимото ниво, езикът е ясен и разбираем, което също допринася за добрата практическа приложимост. Текстът на автореферата показва добро съответствие с текста на дисертационния труд.

III. Позитиви на дисертационното изследване

В съдържателен план, могат да бъдат открити няколко важни предимства на дисертационното изследване на Мануела Дюлгерова-Тотева.

Първо, софтуерната индустрия е изключително специфична откъм комуникации, а дисертационният труд успява да обхване цялата тази многопластовост и да я концентрира в единен текст. Много ясно е показана комбинацията между изискванията на средата на макро ниво (от глобални процеси като дигитализация и дигитална трансформация до съвсем конкретни нововъведения като GDPR) и случващото се на микро ниво (потребители, социални мрежи и други). Единствено в тази спойка заявката по отношение на ефективността е важно да бъде застъпена по-добре, но за това – по-долу.

Второ, изследването представлява самостоятелна ценност, то е проведено стриктно, личи сериозния авторски принос в него. Хипотезите са формулирани коректно, особено втората е изключително съществена. Текстът ще спечели, ако някъде към края бъде заявено експлицитно, че те са потвърдени.



Трето, разработката е прагматична, консистентна и има изключително здрава спойка с комуникационната действителност. Възможностите за използване на получените резултати от изследването са големи. В текстовете ясно личи отличното познаване на дигиталните комуникации, позициите са представени с необходимата прецизност. Специално внимание е обърнато на развитието на съвременните компетенции, което е наистина ценно предвид темата и възможността за практическо приложение.

Четвърто, в заключителната част са отразени основните изводи от изложението, което дава достатъчна завършеност по отношение на структурата и съдържанието. Това дава основание да се каже, че дисертационният труд се характеризира с обхватност и пълнота.

IV. Бележки, препоръки, насоки за по-нататъшна работа

Заедно с всичко това, могат да се маркират няколко бележки, на които може да се обърне по-нататъшно внимание.

Първо, заявеният в заглавието, увода и въобще от тона на дисертацията фокус към ефективността е важно да бъде още по-ясно застъпен. Липсват референции към метрики и инструменти, които в сферата на дигиталния маркетинг определено са по-добри, отколкото при останалите комуникации. На места (с. 46, 51, 55 и др.) въпросите за ефективността са засегнати подобаващо, но няма обособен корпус в теоретичната част, който да реферира към тази сфера, а това е важно за създаването на още по-добра основа за позициите по-нататък в текста.

Второ, за сметка на това, има теми, които стоят сравнително по-далеч от обсъжданата проблематика. Ясно е, че става въпрос за комуникации като цяло и в една такава разработка могат да бъдат включени богат комплекс от въпроси, но например точка 6 от глава първа според мен направо е излишна – текстовете за бизнес комуникацията биха могли да отпаднат, а тези, свързани с културата – да бъдат закачени другаде.

В обобщение, разработката само би могла да спечели, ако текстът бъде една идея по-ясно фокусиран, със задълбочаване по темата за ефективността като централна такава и с изчистване на някои отклонения.

Насоките за по-нататъшна работа са ясни – включване на повече страни в изследването, което ще осигури повече универсалност на резултатите, задълбочаване по темата за ефективността, включване на повече канали и т.н.

Посочените бележки категорично не намаляват положителната оценка за дисертацията и значимостта на посочените научни постижения. Текстът представя автора като изследовател с много добри познания и умения в тази сфера.

V. Публикации и участия в научни форуми

От предоставените документи личи, че са изпълнени, както следва:



- Изискванията на Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски” за апробиране и оповестяване на резултатите от изследването според чл. 5, т. 5.
- Покрити са минималните национални изисквания по чл. 63, ал. 1, т. 4 и чл. 69, ал. 3.

VI. Заключение

Като се вземат предвид достойнствата на разработката, актуалността и спецификата на изследваните проблеми, възможността за тяхното приложение в практиката, доброто теоретично равнище на изследваните и анализирани проблеми и всичко останало, цялостната ми оценка за дисертацията е положителна. В тази връзка бих искал напълно убедено да препоръчам на уважаемото научно жури да присъди на Мануела Дюлгерова-Тотева образователната и научна степен „доктор” в научна област 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Ефективни комуникации в онлайн среда).

Дата: 22.12.2021 г.

Рецензент:

Доц. д-р Александър Христов