

РЕЦЕНЗИЯ

на представените трудове за участие в конкурс за академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг (Дигитални маркетингови комуникации)), обявен от ЮЗУ „Неофит Рилски” в ДВ бр. 29/12.04.2022 г.

Рецензент: доц. д-р Вяра Кюрова, катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград

Основание: заповед № 869/04.05.2022 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ - Благоевград

Кандидат: гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева

I. Кратки биографични данни за кандидата

Кандидатът по конкурса гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева е преподавател в Югозападен университет „Неофит Рилски“. Тя завършва средното си образование в Техникум по механотехника „Атанас Димитров“, в гр. Нова Загора. През 1994 г. получава образователно-квалификационна степен „Професионален бакалавър“ в специалност „Икономика и управление на кооперациите“ в Полувисш институт по икономика и управление в гр. Свищов, последвана от придобиване на ОКС „Магистър“ в специалност „Икономика на кооперациите“ в ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий. От 2013 г. тя притежава образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление“.

Преподавателската дейност на гл. ас. д-р Динка Златева започва от 1997 г. като асистент в Югозападен университет „Н. Рилски“. От 2004 г. заема академичната длъжност „главен асистент“. Тя има 24 години трудов стаж в тази катедра, от които 18 години като главен асистент.

Преподавателската ѝ дейност включва провеждането на лекционни курсове по дисциплините „Дигитален маркетинг“, „Електронен бизнес“, „Международна реклама“, „Маркетингови проучвания“, „Комуникационна политика“ и „Маркетинг на услугите“.

Гл. ас. д-р Динка Златева участва в 7 международни, 5 национални научно-изследователски проекта и 10 вътрешноуниверситетски проекта. Тя е член на национални и международни организации като „Камара на преподавателите от висшето

образование“ (КПВО) – София, „Българска камара за образование, наука и култура» (БКОНК) и Македонско сдружение за маркетинг „Маркетинг“- Скопие, Република Македония. Гл. ас. д-р Динка Златева е редактор продукция на списание „Икономика и управление“, член на редколегиите на българското научно списание „Предприемачество“ и на международните списания: „International Journal of Marketing“ и „International Journal of Science and Arts“, както и член на научния комитет на International Conference on Social Sciences and Humanities към International Balkan University (IBU), Скопие, Република Северна Македония.

За повишаване на своята квалификация и за разширяване и задълбочаване на изследователската си дейност гл. ас. д-р Динка Златева е провела редица обучения в страната.

Динка Златева владее писмено и говоримо английски и руски език. Тези знания и умения в много отношения подпомагат нейната преподавателска дейност.

II. Характеристика на научната и научно-приложната продукция на кандидата

За участие в обявения конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг (Дигитални маркетингови комуникации)), гл. ас. д-р Динка Златева е представила общо 33 публикации с общ обем 712 страници, от които 12 са самостоятелни, а 21 са написани в съавторство. В тях се включват пет монографии, една от които е самостоятелна и четири в съавторство; 1 студия и 1 статия, които са в съавторство и са публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни (в Web of Science); 24 статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове, от които 10 са самостоятелни и два учебника, от които един в съавторство. 24 от представените публикации са написани на английски език, а девет са на български език.

Всички публикации могат да се разглеждат като отговарящи на темата на конкурса. Приемам участието в колективните публикации за равностойно. Считаю, че Динка Златева е представила достатъчна по обем научна продукция, която надхвърля повече от 2 пъти минималните национални изисквания, както и допълнителните изисквания за заемане на академична длъжност „доцент“ на ЮЗУ.

Основният монографичен труд, който кандидатът представя, е „Дигитализация на маркетинговите комуникации“, издаден през 2019 г. от УИ „Н. Рилски“. Обемът на

основния текст е 150 с., не повтаря публикации за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ и рецензирана от три хабилитирани лица. В структурно отношение публикацията се състои от въведение, три глави, заключение и приложения.

В първа глава авторът изяснява теоретичните въпроси, свързани с дигиталната трансформация, включително стратегиите за дигитална трансформация, ключовите измерения на дигиталната маркетингова среда, условията за изграждане на ефективна дигитална маркетингова стратегия и приложението на големите данни в маркетинговата индустрия. Във втора глава са разгледани моделите за приемане на технологиите и е обоснована методическата рамка на изследването. Глава трета представлява особен интерес за академичните среди и бизнеса поради задълбочения емпиричен анализ на нагласите на потребителите и на представителите на малкия бизнес към приемането на новите технологии. Особено ценни са и направените изводи за технологичното приемане от позицията на поведенческото намерение и поведението при използване от потребителите, както и готовността на бизнеса да използва дигиталния маркетинг като инструмент за достигане до целевите аудитории. Представеният хабилитационен труд е самостоятелно авторово изследване и отговаря на всички условия за монографичен труд съгласно допълнителните разпоредби на ЗРАСРБ.

Освен основния хабилитационен труд, гл. ас. д-р Динка Златева участва в конкурса като съавтор и в други монографии (Списък с публикации №№ 2,3,4,5), две от които са публикувани в чужбина. В тях кандидатката за заемане на академична длъжност „доцент“ показва интерес към:

- повишаване на конкурентното предимство на компанията чрез информационни услуги и подпомагане (№ 2), където е изследвана информационната осигуреност на фирмите, като най-важна предпоставка за вземане на целесъобразни решения, идентифицирани са етапите при проектиране на система за подпомагане вземането на решения и са изведени основните проблеми и трудности при осъществяването на тази дейност;

- предизвикателства на маркетинга в социалните мрежи (№ 3), където са систематизирани теоретичните виждания за социалните медии и основните подходи при изграждане на стратегия за социалните мрежи, анализирани са различните социални мрежи и на тази основа са направени препоръки според прилагания от фирмите бизнес модел;

- креативни решения в онлайн маркетинга (№ 4), където подробно се разглеждат теоретичните постановки за дигиталния маркетинг, като акцента се поставя върху възможностите, предоставени от този вид маркетинг за добро позициониране базирано на гъвкави и креативни решения, позволяващи на фирмите да се приспособят към бизнес средата;

- онлайн маркетингът във финансовите иновации (№ 5), където се разглеждат подробно въпросите, свързани с мястото и ролята на дигиталния маркетинг във финансовите иновации и се прави заключение, че е необходима гъвкавост и адекватност на прилаганите решения, които да отговарят максимално на потребителските изисквания.

Динка Златева е разработила и публикувала специализиран учебник „Комуникационна политика“, който е самостоятелен и съответства на тематика на конкурса, както и е във връзка с част от предвидените по конкурса дисциплини. В допълнение е представила и един учебник в съавторство, който засяга въпроси, свързани с Интернет маркетинга.

За целите на конкурса, кандидатката за заемане на академичната длъжност „доцент“, представя и 26 публикации, свързани с темата на конкурса, в които се съдържат определени приноси, потвърждаващи качеството на нейните научни изследвания.

Представените за участие в конкурса публикации от гл. ас. д-р Динка Златева се характеризират с ясен научен стил, коректно позоваване, прецизно структуриране и отлични умения за провеждане на емпирични изследвания.

Според представените справки към материалите по конкурса за „доцент“ се установява, че трудовете на Динка Златева са познати на научната общност. От общо 38 цитирания, 10 цитирания са на публикации в реферирани и индексирани световни бази данни с научна информация (Web of Science) и 28 цитирания в нереферирани списания с научно рецензиране.

Научната и научно-приложната дейност на кандидата включва и участие в 7 международни и 5 национални научно-изследователски проекта. Извън справката за минимални национални изисквания кандидатът участва и в 10 вътрешно-университетски проекта.

Досегашният преподавателски опит на кандидата напълно съответства на профила на обявения конкурс – сред водените от гл. ас. д-р Динка Златева са „Дигитален маркетинг“, „Електронен бизнес“, „Комуникационна политика“ и др.

Водила е и лекции на чуждестранни студенти по дисциплините „Маркетингови проучвания“ и „Дигитален маркетинг“. Осъществила е и преподавателска мобилност по програма Еразъм+ с изнесени лекции по проблемите на дигиталния маркетинг в университета VSB TU, Faculty of Economics, гр. Острава, Чехия.

III. Основни приноси в научната, научно-приложната и преподавателска дейност на кандидата

В представената научна продукция на кандидата за заемане на академичната длъжност „доцент“ се съдържат редица резултати с характер на приноси, които обогатяват теория и практика в областта на дигиталните маркетингови комуникации. Приемам формулираните от автора научно-теоретични и практико-приложни приноси, като считам, че те напълно отразяват същината на научната продукция. Основните приносни моменти могат да бъдат обобщени както следва:

1. Допълнен и обогатен е понятийният и терминологичен апарат за дигитална трансформация на бизнеса, като са установени идентифициращите признаци за определяне на потребителския профил, респ. очакваната потребителска реакция според фазата на потребителското пътуване. [1, 6, 7, 9, 26, 28, 29, 30, 32, 33]

2. Въз основа на разгледаните концептуални постановки са дефинирани методологическите насоки, които дават възможност за практическата им приложимост във взаимоотношенията между бизнеса и клиентите. [1, 8, 9]

3. Установени са ключовите променливи, които формират мотивирано поведение при използване на дигиталните ресурси в осъществяване на диалог между търговци и крайни клиенти. На основа на предложените модели за изследване на степента на приемане на технологиите са съставени процедури за оценка на зрелостта на бизнеса и крайните потребители да използват дигиталните инструменти в осъществяваните комуникации. [1, 25, 28]

4. Разработени са стратегии и тактики за потребителско ангажиране и формиране на желано потребителско поведение като резултат от влиянието на дигиталния маркетинг. [1, 2, 9, 12, 14, 27, 31]

5. Определен е синергитичния ефект от приложение на интегрираните маркетингови комуникации в контекста на дигиталната трансформация на бизнеса и са предложени технологични решения за по-добро онлайн продуктово позициониране чрез прилагане на стратегии в хода на потребителското пътуване. [3, 4, 11, 13, 16, 17, 19, 20, 23, 24, 26, 30]

6. Приложен е инструментариум за оценка влиянието на различните маркетингови формати върху дигиталното поведение на потребителите и са установени общите и трайни тенденции в развитието на онлайн маркетинговите комуникации, възможностите за дигитално продуктово диференциране и изграждане на бранд визия. [3, 10, 15, 18, 21, 22, 29]

Считам, че приносите на гл. ас. д-р Динка Златева са нейно лично достижение, имат теоретична и практическа значимост и са публично достойние посредством публикациите в авторитетни издания у нас и в чужбина. Запознаването с трудовете на кандидата разкрива, че няма повторения в текстовете. Те са оригинални изследвания на автора, успешно съчетаващи теоретичните и приложните аспекти. Тяхната значимост се дължи на изучаването и поставянето на преден план на реални проблеми със съществено значение.

IV. Критични бележки и препоръки

В публикациите на кандидата за заемане на академичната длъжност „доцент“ не се забелязват съществени пропуски и слабости, които да поставят под въпрос качеството на представената научна продукция. Позволявам си по-скоро като препоръка за бъдещата работа на кандидатка за заемане на академична длъжност „доцент“ да предложа – в бъдещите си изследвания да разшири обхвата на количествените методи, които при наличието на различни пакети от програмни продукти ще обогатят аналитичните резултати.

V. Заключение

В заключение трябва да се посочи, че гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева е работила старателно и добросъвестно. Представените от кандидата материали отговарят на критериите и изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България, Правилника за прилагане на Закона за развитието на академичния състав в Република България и Вътрешните правила за развитие на академичния състав в ЮЗУ "Неофит Рилски", поради което препоръчвам на уважаемото научно жури да гласува за присъждане на гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева на академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг (Дигитални маркетингови комуникации)).

Дата: 29.06.2022 г.

Член на научното жури:

/доц. д-р Вяра Кюрова/

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI" - BLAGOEVGRAD

REVIEW

of the submitted works for participation in a competition for the academic position "Associate Professor" in professional field 3.8. Economics (Marketing (Digital marketing communications)), announced by SWU "Neofit Rilski" in State Gazette 29/12.04.2022

Reviewer: Assoc. Prof. Dr. Vyara Vasileva Kyurova, Department of Management and Marketing, Faculty of Economics at SWU "Neofit Rilski", Blagoevgrad

Grounds: Order № 869/04.05.2022 of the Rector of SWU "Neofit Rilski" – Blagoevgrad

Candidate: Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva

I. Brief biographical data of the applicant

The candidate in the competition Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva is a lecturer at the Southwestern University "Neofit Rilski". She completed her secondary education at the Atanas Dimitrov Technical School of Mechanical Engineering in Nova Zagora. In 1994 he received a bachelor's degree in "Economics and Management of Cooperatives" at the Semi-Higher Institute of Economics and Management in Svishtov, followed by the acquisition of a Master's degree in "Economics of Cooperatives" in VTU "St. St. Cyril and Methodius". Since 2013, she holds an educational and scientific degree of "Doctor" in the scientific specialty "Economics and Management".

The teaching activity of Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva started in 1997 as an assistant professor at the Southwestern University "Neofit Rilski ". Since 2004 she has held the academic position of "Chief Assistant Professor". She has 24 years of experience in this department, of which 18 years as a senior assistant.

Her teaching activities include conducting lecture courses in the disciplines of Digital Marketing, Electronic Business, International Advertising, Marketing Research, Communication Policy and Service Marketing.

Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva has participated in 7 international, 5 national research projects and 10 internal university projects. She is a member of national and international organizations such as the Chamber of Higher Education Teachers - Sofia, the Bulgarian Chamber of Education, Science and Culture and the Macedonian Marketing Association - Skopje, Republic of Macedonia. Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva is

a production editor of the journal "Economics and Management", a member of the editorial boards of the Bulgarian scientific journal "Entrepreneurship" and the international journals: "International Journal of Marketing" and "International Journal of Science and Arts", as and a member of the Scientific Committee of the International Conference on Social Sciences and Humanities at the International Balkan University (IBU), Skopje, Republic of Northern Macedonia.

To increase her qualification and to expand and deepen her research activities, Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva has conducted a number of trainings in the country.

Dinka Zlateva speaks English and Russian. This knowledge and skills in many ways support her teaching.

II. Characteristics of the scientific and scientific-applied production of the candidate

For participation in the announced competition for the academic position "Associate Professor" in the professional field 3.8. Economics (Marketing (Digital Marketing Communications)), Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva presented a total of 33 publications with a total volume of 712 pages, of which 12 are independent and 21 are co-authored. They include five monographs, one of which is independent and four co-authored; 1 study and 1 article, which are co-authored and published in scientific journals, referenced and indexed in world-famous databases (in the Web of Science); 24 articles and reports published in non-refereed journals with scientific review or published in edited collective volumes, of which 10 are independent and two textbooks, one of which is co-authored. 24 of the presented publications are written in English and nine are in Bulgarian.

All publications can be considered relevant to the theme of the competition. I accept participation in collective publications as equal. I believe that Dinka Zlateva has presented a sufficient volume of scientific output, which exceeds more than 2 times the minimum national requirements and additional requirements for holding the academic position of "Associate Professor" at SWU.

The main monographic work that the candidate presents is "Digitalization of marketing communications", published in 2019 by PH "Neofit Rilski ". The volume of the main text is 150 pages, it does not repeat publications for obtaining the educational and scientific degree "Doctor" and is reviewed by three habilitated persons. Structurally, the publication consists of an introduction, three chapters, a conclusion and appendices.

In the first chapter, the author clarifies the theoretical issues related to digital transformation, including strategies for digital transformation, the key dimensions of the digital marketing environment, the conditions for building an effective digital marketing strategy and the application of big data in the marketing industry. In the second chapter the models for technology acceptance are considered and the methodological framework of the research is substantiated. Chapter three is of particular interest to academia and business due to the in-depth empirical analysis of the attitudes of consumers and small businesses towards the adoption of new technologies. Particularly valuable are the conclusions made about technological acceptance from the standpoint of behavioral intent and behavior when used by consumers, as well as the willingness of businesses to use digital marketing as a tool to reach target audiences. The presented habilitation work is an independent author's research and meets all the conditions for a monographic work according to the additional provisions of the LDASRB.

In addition to the main habilitation work, Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva participated in the competition as a co-author in other monographs (List of publications №№ 2,3,4,5), two of which were published abroad. In them, the candidate for the academic position of "associate professor" shows interest in:

- increasing the company's competitive advantage through information services and support (№ 2), where the information security of companies is studied as the most important prerequisite for making appropriate decisions, the stages in designing a decision support system are identified and are outlined the main problems and difficulties in carrying out this activity;

- challenges of marketing in social networks (№ 3), where the theoretical views on social media and the main approaches in building a strategy for social networks are systematized, the various social networks are analyzed and on this basis recommendations are made according to the business model applied by companies;

- creative solutions in online marketing (№ 4), where the theoretical principles of digital marketing are discussed in detail, with emphasis on the opportunities provided by this type of marketing for good positioning based on flexible and creative solutions that allow companies to adapt to business environment;

- online marketing in financial innovation (№ 5), which examines in detail the issues related to the place and role of digital marketing in financial innovation and concludes that flexibility and adequacy of applied solutions is needed to best meet consumer requirements .

Dinka Zlateva has developed and published a specialized textbook "Communication Policy", which is independent and corresponds to the theme of the competition, as well as in connection with some of the disciplines provided for in the competition. In addition, she presented a co-authored textbook that addresses issues related to Internet marketing.

For the purposes of the competition, the candidate for the academic position of "Associate Professor" presents 26 publications related to the topic of the competition, which contain certain contributions confirming the quality of her research.

The publications presented for participation in the competition by Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva are characterized by a clear scientific style, correct reference, precise structuring and excellent skills for conducting empirical research.

According to the submitted references to the materials of the competition for "Associate Professor", it is established that the works of Dinka Zlateva are known to the scientific community. Out of a total of 38 citations, 10 citations are in publications in referenced and indexed global databases of scientific information (Web of Science) and 28 citations in non-refereed journals with scientific review.

The scientific and applied research activities of the candidate include participation in 7 international and 5 national research projects. Apart from the reference for minimum national requirements, the candidate also participates in 10 internal university projects.

The previous teaching experience of the candidate fully corresponds to the profile of the announced competition - among those led by Ch. Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva are "Digital Marketing", "Electronic Business", "Communication Policy" and others. She has also lectured to foreign students in the disciplines of Marketing Research and Digital Marketing. She has also provided teaching mobility under the Erasmus + program with lectures on digital marketing at the University of VSB TU, Faculty of Economics, Ostrava, Czech Republic.

III. Main contributions in the scientific, scientific-applied and teaching activity of the candidate

The presented scientific output of the candidate for the academic position of "Associate Professor" contains a number of results in the nature of contributions that enrich the theory and practice in the field of digital marketing communications. I accept the scientific-theoretical and practical-applied contributions formulated by the author, believing that they fully reflect the essence of scientific production. The main contribution points can be summarized as follows:

1. The conceptual and terminological apparatus for digital transformation of the business has been supplemented and enriched, as the identifying signs for determining the user profile have been established, resp. the expected consumer response according to the phase of the consumer journey. [1, 6, 7, 9, 26, 28, 29, 30, 32, 33]

2. On the basis of the considered conceptual formulations the methodological guidelines are defined, which allow for their practical applicability in the relations between the business and the clients. [1, 8, 9]

3. The key variables that form motivated behavior when using digital resources in dialogue between traders and end customers have been identified. Based on the proposed models for studying the degree of technology adoption, procedures have been developed to assess the maturity of the business and end users to use digital tools in the ongoing communications. [1, 25, 28]

4. Strategies and tactics for consumer engagement and formation of desired consumer behavior as a result of the influence of digital marketing have been developed. [1, 2, 9, 12, 14, 27, 31]

5. The synergistic effect of the application of integrated marketing communications in the context of digital business transformation is determined and technological solutions for better online product positioning are proposed by implementing strategies in the course of consumer travel. [3, 4, 11, 13, 16, 17, 19, 20, 23, 24, 26, 30]

6. A toolkit for assessing the impact of different marketing formats on digital behavior of consumers has been applied and the general and lasting trends in the development of online marketing communications, opportunities for digital product differentiation and building a brand vision have been identified. [3, 10, 15, 18, 21, 22, 29]

I believe that the contributions of Ch. Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva are her personal achievement, have theoretical and practical significance and are in the public domain through publications in authoritative publications at home and abroad. The acquaintance with the works of the candidate reveals that there are no repetitions in the texts. They are original researches of the author, successfully combining theoretical and applied aspects. Their importance is due to the study and bringing to the fore real problems of essential importance.

IV. Critical remarks and recommendations

The publications of the candidate for the academic position of "Associate Professor" do not show significant gaps and weaknesses that would call into question the quality of the presented scientific output. Rather, as a recommendation for the future work of a candidate

for the academic position of "Associate Professor", I would like to suggest - in my future research to expand the scope of quantitative methods, which in the presence of different software packages will enrich the analytical results.

V. Conclusion

In conclusion, it should be noted that Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva worked diligently and conscientiously. The materials submitted by the candidate meet the criteria and requirements of the Academic Staff Development Act in the Republic of Bulgaria, the Regulations for the Implementation of the Academic Staff Development Act in the Republic of Bulgaria and the Internal Rules for Academic Staff Development at SWU "Neofit Rilski". I recommend to the esteemed scientific jury to vote for the award of Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva to the academic position of "Associate Professor" in the professional field 3.8. Economics (Marketing (Digital Marketing Communications)).

Date: 29.06.2022

Member of the scientific jury:

/Assoc. Prof. Vyara Kyurova. PhD/