



СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Преслав Димитров,
в качеството му на член на научно жури в конкурс за заемане на академичната длъжност „ДОЦЕНТ“ по ПН 3.8 Икономика (Маркетинг (Дигитални маркетингови комуникации)), обявен от ЮЗУ „Неофит Рилски“ в ДВ. бр. 29 от 12.04.2022 г., съгласно Заповед на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ № 869/4.05.2022 г.

Относно: научната, научно-приложната и професионално-академичната дейност и продукцията, представена от участниците в конкурса: единствен кандидат гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева

I. Обобщени данни за научната продукция и дейността на кандидата:

Единственият кандидат по обявения за нуждите на катедра „Мениджмънт и маркетинг“ конкурс за заемане на академичната длъжност „ДОЦЕНТ“ в ПН 3.8 „Икономика“, научна специалност Маркетинг (Дигитални маркетингови комуникации) е гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева. Кандидатът има дългогодишен стаж в ЮЗУ „Неофит Рилски“ - 24 години и 7 месеца.

Кандидатът е представил списък с 33 публикации, публикувани в периода от 2013 до 2022 г. Всички публикации са налични и тематично са обвързани с профила на обявения конкурс. По отношение на вида на представените публикации те са, както следва:

- (i) **монографии - 5 бр.** (Публикации № В3, Г10.1, Г10.2, Г10.3 и Г10.4);
- (ii) **статии и доклади**, публикувани в индексирани списания в международната база данни „Web of Science“ – 3 бр. (Публикации № Г6.1, Г8.1, Г8.2);
- (iii) **статии и доклади**, публикувани в български и чуждестранни списания и колективни трудове с научно рецензиране – 23 бр. (Публикации № Г7.1, Г7.2, Г7.3, Г7.4, Г7.5, Г7.6, Г7.7, Г7.8, Г7.9, Г7.10, Г7.11, Г7.12, Г7.13, Г7.14, Г7.15, Г7.16, Г7.17, Г7.18, Г7.19, Г7.20, Г7.21, Г7.22, Г7.23);
- (iv) **учебници – 2 бр.** (Публикация № Е20.1 и Е20.2).

Преобладаваща част от публикациите са публикувани на английски език - 24 бр.

Научната продукция на гл. ас. д-р Динка Златева има 38 **цитирания**, като 27 са цитирания от български и 11 от чужди автори. Прави впечатление, че от тях 10 са в индексирани списания в международната база данни „Web of Science“.

По отношение на **преподавателската дейност** на гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева може да се отбележи, че като преподавател в ПН 3.8 „Икономика“, тя има интердисциплинарен преподавателски профил, което положително се отразява на нейната педагогическа работа. В момента преподава по седем лекционни курса в бакалавърски и

магистърски програми от направлението. Водила е лекции и на чуждестранни студенти по дисциплините „Дигитален маркетинг“ и „Маркетингови проучвания“.

Кандидатът притежава добри организационни умения и компетенции. Ежегодно подготвя екипи от студенти за участие в **Националната олимпиада по маркетинг**. Участва като **академичен наставник** на студенти, взели участие в проект „Студентски практики“; **курсов ръководител и тютор** на студенти от специалност „Маркетинг“; **ръководител** на преддипломния стаж на студентите от специалност „Маркетинг“.

Гл. ас. д-р Динка Златева взема активно участие в **разработването на учебни планове и програми**, като съществен принос има в изготвянето на учебния план и програми за магистърската програма по „Дигитален маркетинг“. Кандидатът участва и в **подготовката на документацията по акредитационни процедури** към ЮЗУ „Н. Рилски“.

Своя професионален опит Динка Златева усъвършенства като взема участие в редица **обучения, международни и национални форуми и членства в национални и международни научни организации**. Член е на **редколегии** и е **рецензент** в чужди и български научни издания.

Кандидатът взема участие в преподавателска мобилност по програма Erasmus+. Освен това участва в 7 международни, 5 национални и 10 вътрешноуниверситетски **научноизследователски проекта**.

От така направената справка на представените документи е видно, че по вид и обем научна продукция, гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева напълно отговаря на минималните национални и допълнителните изисквания на ЮЗУ „Неофит Рилски“, като са спазени изискванията на чл. 24, ал. 1 от ЗРАСРБ, и изискванията на чл. 80 и в чл. 84 от Вътрешните правила за развитие на академичния състав в ЮЗУ „Неофит Рилски“.

II. Оценка на научните и на практическите резултати и приноси на представената за участие в конкурса творческа продукция

Цялостната научноизследователска дейност на гл. ас. д-р Динка Златева е насочена в четири основни тематични направления, в които са обобщени и приносите от научните трудове на кандидата, а именно:

- Приноси в областта на дигиталния маркетинг;
- Приноси в областта на дигиталната трансформация;
- Приноси в областта на онлайн банковия маркетинг;
- Приноси в областта на маркетинга в социалните медии.

Считам, че така изведените от кандидата приноси, с научен и практико-приложен характер, са коректно и аргументирано представени и напълно ги приемам.

Хабилитационният труд, с който кандидатства гл. ас. д-р Динка Атанасова Златева, е: „Дигитализация на маркетинговите комуникации“. Обект на изследване в научния труд са маркетинговите комуникации и тяхното проявление в дигитална среда, в търсене на ефективни решения за подобряване на потребителското изживяване и обвързване на клиентите с бранда. Предмет на изследване са нагласите и готовността от една страна на бизнеса, а от друга на потребителите да използват дигиталните платформи за срещане на

интересите си в дигитални условия. За тази цел са представени теоретичните постижения, като е направено преосмисляне на концептуалните постановки, обвързващи маркетинговите комуникации с дигиталната трансформация и ролята на големите данни в процеса на приспособяване на бизнеса към новите реалности. Представени са най-широко използваните модели за приемане на новите технологии, като акцент е поставен върху два конкретни, на основата на които е разработен методически инструментариум. Чрез емпирично изследване е оценено влиянието на дигиталната трансформация в контекста на маркетинговите комуникации върху нагласите и склонността за приемане на новите технологии от бизнеса и крайните потребители да използват дигиталните инструменти в точките на контакт. Определени са основните индикатори, свързани и подчинени на целите на изследването. Изведените заключения представят степента на готовност на бизнеса и клиентите да използват иновативни предложения при реализиране на намеренията си, като е представен приносът на маркетинговите комуникации за подпомагане на взаимоотношенията бизнес-клиенти. На тази основа кандидатът прави препоръки и предлага решения за подобряване на диалога и повишаване на потребителската ангажираност чрез прилагане на ефективни дигитални решения.

Като ключови приноси от хабилитационния труд могат да се посочат следните: обогатена е теорията като са идентифицирани основните характеристики, направленията на процеса на дигитална трансформация и е разработен алгоритъм за дигитална маркетингова стратегия. Установени са ключовите индикатори, които оценяват готовността за използване на дигитални ресурси при осъществяване на връзката бизнес-клиент. Разработени са стратегии за ангажиране на потребителите и създаване на потребителски нагласи чрез използване на арсенала от маркетингови инструменти в дигитална среда. На основата на направеното проучване са идентифицирани основните проблемни направления и са предложени коректни насоки и решения за подобряване на комуникационния процес.

След оценка на останалите приложени за рецензиране научни публикации е видно, че гл. ас. д-р Динка Златева задълбочено проучва теоретико-методическите и практико-приложни въпроси на дигиталните маркетингови комуникации. Кандидатът за „доцент“ извежда проблемни области и прави обобщени изводи относно необходимостта от приложението на комуникационния инструментариум за повишаване на ефективността на осъществяваните комуникации с аудиторията в търсене на синергия. В тази връзка трябва да обърне внимание върху редицата разработени от автора алгоритми: за разработване на дигитална маркетингова стратегия, повишаване на потребителска ангажираност и изграждане на доверие, изграждане на нагласи в потребителите и направляване на потребителското пътуване в дигиталната маркетингова фуния.

Друг важен момент са интересите на кандидата в областта на онлайн банковия маркетинг. Аргументирано и в конкретика са представени ключови проблеми пред банковата индустрия, касаещи трансформацията от аналогов към дигитален процес. Гл. ас. д-р Динка Златева провежда изследвания, въз основа на които доказва ролята на онлайн маркетинговите комуникации в процеса на приспособяване на сектора към новите навици на потребителите. Установена е степента на влияние на интегрираните маркетингови комуникации за изграждане на ефективни дигитални маркетингови стратегии, като

авторката предлага технологични решения за по-добро онлайн продуктово позициониране на банковите услуги чрез прилагане на стратегии в хода на потребителското пътуване, което би подпомогнало изграждането на фирмена идентичност и по-добра визия на бранда.

По отношение на последното направление, Динка Златева провежда изследвания, на базата на които идентифицира характерните особености на социалните медии като канал за влияние върху ключовите за фирмите публики, спецификата в комуникациите в този канал, основните проблеми и препоръки за подобряването на взаимоотношенията и изграждане на социално влияние чрез присъщи за социалните медии инструменти. От значение е да се отбележи установената връзка между дигиталния маркетинг и изграждането на бранд идентичност.

На основа на казаното може да се заключи, че изследванията на кандидата се отличават с дълбочина на третираните проблеми и с интердисциплинарен подход при разискването на въпроси, свързани с дигиталния маркетинг, процесът на дигитална трансформация, онлайн банковия маркетинг и маркетингът в социалните медии.

III. Критични бележки и препоръки

По отношение на бъдещата научноизследователска дейност на гл. ас. д-р Динка Златева бих желал да отправя следните препоръки:

- Поради недостиг на разработки от български автори, касаещи проблемите на дигиталния маркетинг, препоръчвам кандидатът да продължи и задълбочи изследванията си в тази област;
- Публикуване на резултатите от монографичния труд на английски език в чуждестранни списания с цел постигане на по-голямо разпространение и цитируемост на резултатите.
- Увеличаване броя на самостоятелните публикации на английски език в световните бази данни “SCOPUS” и „Web of Science“, тъй като кандидатът разполага с достатъчен теоретичен и емпиричен материал в своите разработки и научни публикации.

IV. Заключение

Въз основа на направените констатации в настоящето Становище, бих искал да заявя категорично своята висока **положителна оценка** на представената научна продукция и кандидатура на гл. ас. д-р Динка Златева и препоръчвам на уважаемото Научно жури да гласува и предложи същата да получи академичната длъжност „ДОЦЕНТ“ в ПН 3.8 Икономика (Маркетинг (Дигитални маркетингови комуникации)).

30.06.2022 г.
гр. Благоевград

Член на научното жури:
(проф. д-р Преслав Димитров)



SOUTHWEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI"

REVIEW OPINION

by Prof. Dr. Preslav Dimitrov,

in his capacity as a member of a scientific jury in a competition for the academic position of "ASSOCIATE PROFESSOR" under Professional Field 3.8 Economics (Marketing (Digital Marketing Communications)), announced by the South-West University "Neofit Rilski" in the State Gazette no.29 of 12.04.2022 as per the Order of the Rector of the South-West University "Neofit Rilski" № 869/4.05.2022.

Regarding: the scientific, scientific-applied and professional-academic activity and production presented by the participants in the competition: the sole candidate Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva

I. Summary data on the scientific production and the activity of the candidate:

The only candidate in the competition announced for the needs of the Department of Management and Marketing for the academic position of "ASSOCIATE PROFESSOR" in professional field 3.8 "Economics", scientific specialty Marketing (Digital Marketing Communications) is Ch. Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva. The candidate has many years of experience in the South-West University "Neofit Rilski" - 24 years and 7 months.

The candidate has submitted a list of 33 publications published in the period from 2013 to 2022. All publications are available and thematically linked to the profile of the announced competition.

With regard to the type of publications submitted, they are as follows:

- (i) **monographs - 5 pcs.** (Publications № B3, Г10.1, Г10.2, Г10.3 and Г10.4);
- (ii) **articles and papers** published in indexed journals in the international database "Web of Science" - 3 pcs. (Publications № Г6.1, Г8.1, Г8.2);
- (iii) **articles and papers** published in Bulgarian and foreign journals and collective papers with scientific review - 23 pcs. (Publications № Г7.1, Г7.2, Г7.3, Г7.4, Г7.5, Г7.6, Г7.7, Г7.8, Г7.9, Г7.10, Г7.11, Г7.12, Г7.13, Г7.14, Г7.15, Г7.16, Г7.17, Г7.18, Г7.19, Г7.20, Г7.21, Г7.22, Г7.23);
- (iv) **textbooks - 2 pcs.** (Publication № E20.1 and E20.2). The majority of the publications are published in English - 24 copies.

The scientific production of Chief Assistant Prof. Dr. Dinka Zlateva has 38 **citations**, 27 citations

by Bulgarian and 11 by foreign authors. It is noteworthy that 10 of them are in indexed journals in the international database "**Web of Science**".

Regarding **the teaching activity** of Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva can be noted that as a lecturer in Professional Field 3.8 "Economics", she has an interdisciplinary teaching profile, which has a positive impact on her pedagogical work. He currently teaches seven lecture courses in bachelor's and master's programs in the field. She has also lectured to foreign students in the disciplines of Digital Marketing and Marketing Research.

The candidate has good organizational skills and competencies. Annually prepares teams of students to participate in **the National Marketing Olympiad**. She participates as an academic mentor to students who have participated in the project "Student Internships". She has also been a course leader and tutor for students majoring in Marketing. She was also engaged as the responsible person of the undergraduate internship of students majoring in Marketing.

Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva has taken an active part in the **development of curricula and programs**, making a significant contribution to the preparation of the curriculum for the master's program in "Digital Marketing". The candidate also participates in **the preparation of the documentation on accreditation procedures** at the South-West University "Neofit Rilski". Dinka Zlateva has improved her professional experience by taking part in a **number of trainings, international and national forums and memberships in national and international scientific organizations. She is a member of editorial boards and a reviewer** in foreign and Bulgarian scientific journals. The candidate takes part in teaching mobility under the Erasmus + program. In addition, he participates in 7 international, 5 national and 10 intra-university **research projects**.

From the reference made to the presented documents it is evident that by type and volume of scientific production, Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva fully meets the minimum national and additional requirements of the South-West University "Neofit Rilski", as the requirements of Art. 24, para. 1 of the Act on Academic Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria (AADASRB), and the requirements of art. 80 and in Art. 84 of the Internal Rules for Development of the Academic Staff at the South-West University "Neofit Rilski".

II. Evaluation of the scientific and practical results and contributions of the creative production submitted for participation in the competition

The overall research activity of Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva has been focused on

four main thematic areas, which has been summarized in the contributions of the scientific works of the candidate, namely:

- Contributions in the field of digital marketing;
- Contributions in the field of digital transformation;
- Contributions in the field of online banking marketing;
- Contributions in the field of social media marketing.

I believe that the contributions made by the candidate, with a scientific and practical application, are presented correctly and with arguments and I fully accept them. The habilitation work with which Chief Assistant Professor Dr. Dinka Atanasova Zlateva, is applying for the associate professor position is named: "Digitalization of marketing communications." The object of research in scientific work are marketing communications and their manifestation in the digital environment in search of effective solutions to improve the user experience and connect customers with the brand. The subject of research is the attitudes and willingness of business on the one hand, and on the other hand of consumers to use digital platforms to meet their interests in digital conditions. For this purpose, the theoretical achievements are presented, as a rethinking of the conceptual statements linking marketing communications with digital transformation and the role of big data in the process of adapting business to new realities. The most widely used models for the adoption of new technologies are presented, with an emphasis on two specific ones, on the basis of which methodological tools have been developed. Empirical research has assessed the impact of digital transformation in the context of marketing communications on the attitudes and willingness of businesses and end users to adopt new technologies to use digital tools at the points of contact. The main indicators related to and subordinated to the objectives of the study are identified. The conclusions present the degree of readiness of business and customers to use innovative proposals in the implementation of their intentions, presenting the contribution of marketing communications to support business relationships. On this basis, the candidate makes recommendations and offers solutions to improve dialogue and increase consumer engagement by implementing effective digital solutions.

The following can be mentioned as key contributions from the habilitation work: the theory has been enriched by identifying the main characteristics, the directions of the process of digital transformation and an algorithm for digital marketing strategy has been developed. The key indicators that assess the readiness to use digital resources in the implementation of the business-customer relationship have been identified. Strategies have been developed to engage consumers and create consumer attitudes by using the arsenal of marketing tools in a digital environment. Based on the research, the main problem areas have been identified and correct guidelines and

solutions for improving the communication process have been proposed.

After evaluation of the other scientific publications attached for review, it is evident that Chief Assistant Prof. Dr. Dinka Zlateva thoroughly studies the theoretical-methodological and practical-applied issues of digital marketing communications. The candidate for "associate professor" identifies problem areas and draws generalized conclusions about the need for the application of communication tools to increase the effectiveness of communication with the audience in search of synergy. In this regard, I must pay attention to a number of algorithms developed by the author: to develop a digital marketing strategy, increase consumer engagement and build trust, build consumer attitudes and guide the consumer journey in the digital marketing funnel.

Another important point is the interests of the candidate in the field of online banking marketing. Arguably and concretely, key problems for the banking industry are presented, concerning the transformation from analogical to digital process. Chief Assistant Prof. Dr. Dinka Zlateva conducts research, based on which she proves the role of online marketing communications in the process of adapting the sector to new consumer habits. The degree of influence of integrated marketing communications for building effective digital marketing strategies has been established, as the author offers technological solutions for better online product positioning of banking services by applying strategies in the course of consumer travel, which would help build corporate identity and better brand vision.

Regarding the latter direction, Dinka Zlateva conducts research, based on which she identifies the characteristics of social media as a channel for influencing key audiences for companies, the specifics of communications in this channel, the main problems and recommendations for improving relationships and building social influence through inherent social media tools. It is important to note the established link between digital marketing and building a brand identity.

Based on the above, it can be concluded that the candidate's research is characterized by depth of treatment and interdisciplinary approach in discussing issues related to digital marketing, the process of digital transformation, online banking marketing and social media marketing.

III. Critical remarks and recommendations

Regarding the future research activity of Ch. Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva I would like to make the following recommendations:

- Due to the lack of works by Bulgarian authors concerning the problems of digital marketing, I recommend the candidate to continue and deepen her research in this field;
- To make a publication of the results of the monographic work in English in foreign

journals in order to achieve greater dissemination and citation of the results.

- To increase the number of independent publications in English in the world databases "SCOPUS" and "Web of Science", as the candidate has sufficient theoretical and empirical material in their developments and scientific publications.

IV. Conclusion

Based on the findings made in this Opinion, I would like to state categorically my high positive assessment of the presented scientific production and candidacy of Chief Assistant Professor Dr. Dinka Zlateva and I recommend to the esteemed Scientific Jury to vote and propose the same to receive the academic position of "ASSOCIATE PROFESSOR " in Professional Field 3.8 Economics (Marketing (Digital Marketing Communications)).

June 30, 2022

Blagoevgrad

Member of the scientific jury:

Prof. Dr. Preslav Dimitrov