



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
СОФИЯ

СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Еленита Кирилова Великова,
факултет "Икономика на инфраструктурата", катедра „Икономика на
туризма“, УНСС, София,
член на научно жури в конкурс за заемане на академичната длъжност
„Доцент“ по ПН 3.8 Икономика (Маркетинг (Стратегически маркетинг и
управление)), обявен от ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград
в ДВ. бр. 57 от 09.07.2021 г., съгласно Заповед на Ректора на
ЮЗУ „Неофит Рилски“ №1637/22.07.2021 г.

Относно: научната, научно-приложната и професионално-академичната дейност и продукцията, представена от участника в конкурса

I. Обобщени данни за научната продукцията и дейността на кандидата

Единствен кандидат в обявения конкурс за заемане на академичната длъжност „Доцент“ в професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг (Стратегически маркетинг и управление)) е гл. ас. д-р Диляна Емчева Янева, която е преподавател от катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Стопански факултет на ЮЗУ “Н. Рилски“ – Благоевград. Общият стаж на кандидата в ЮЗУ “Н. Рилски“ е 13 години и 7 месеца (2007-2021 г.).

Преподавателската и научно-изследователската дейност на Диляна Янева е посветена на проблемите на стратегическия маркетинг, управлението на маркетинга, селф маркетинга, бранд мениджмънта и бизнес мениджмънта. Въз основа на представената справка се констатира, че водените от нея лекционни курсове и семинарни занятия напълно съответстват на научните ѝ интереси и на профила на конкурса. Гл. ас. д-р Диляна Янева провежда лекции на български и чуждестранни студенти от ОКС „Бакалавър“ и ОКС „Магистър“ по дисциплините „Стратегически

маркетинг“, „Управление на маркетинга“, „Селф маркетинг“, „Селф концепцията в управлението на човешките ресурси“, „Техники за продажби и договаряне“, „Бранд мениджмънт“ и др.

По тези проблеми изнася лекции и в университета Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna, гр. Биелско-Бяла, Полша през 2019 г., когато осъществява **преподавателска мобилност** по програма Erasmus+. Освен това кандидатката в конкурса осъществява **практическо ръководство** на преддипломен стаж, **научно ръководство и рецензиране** както на дипломни работи, така и на научни разработки на студенти, участващи в различни научни форуми. Диляна Янева е **академичен наставник, курсов ръководител и тютор** на студенти от професионално направление 3.8. „Икономика“.

Кандидатката в конкурса **членува в професионални и научни организации** в страната и чужбина. Освен това е **член на редколегии и рецензент** на чужди и български научни издания.

За усъвършенстване на професионалния си опит и повишаване на квалификацията си Диляна Янева провежда редица **специализации и обучения** в България и чужбина.

Гл. ас. д-р Диляна Янева взема активно участие в обновяването и разработването на **учебни програми и планове**. Освен това участва и в подготовката на документацията и провеждането на акредитационни процедури към ЮЗУ „Н. Рилски“.

Прави впечатление активната проектна дейност на гл. ас. д-р Диляна Янева в 5 международни, 2 национални и 14 вътрешноуниверситетски **проекта**.

Научната продукция, с която кандидатът участва в конкурса, е 3 монографии, 1 учебник, 4 статии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни и 12 статии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или в редактирани колективни томове. Общо 20 публикации с общ обем от 827 страници. От тях 12 са самостоятелни, а 8 - в съавторство. Положително впечатление прави, че преобладаваща част от публикациите (15 бр.) са на английски език.

Всички представени за рецензиране научни трудове са в достатъчен обем за участие в обявения конкурс и отговарят тематично на неговото направление.

Справката на **цитиранията**, представена от гл. ас. д-р Диляна Янева, показва, че общият брой на цитиранията на научната ѝ продукция е 39. От тях 13 са в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестните бази данни „Scopus“ и „Web of Science“.

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

Научната продукция на кандидата съдържа оригинални научно-теоретични и практико-приложни приноси, които напълно съответстват на профила на обявения конкурс. Считам, че те могат да бъдат структурирани в три основни направления.

Първото направление касае приносите в областта на стратегическия маркетинг и управлението. Установени са основните теоретични и методически аспекти и проблеми на стратегическото маркетингово управление. Аргументирана е необходимостта от приложението на инструментариума му във фирменото управление. Изследвана е и е доказана ролята на маркетинговата стратегия като ключов елемент на стратегическото маркетингово управление. Въз основа на предложената авторова систематизация на основните типове маркетингови стратегии, са определени техните специфики и приложение в практиката.

Специално внимание заслужават изследванията и публикациите, свързани с процеса на вземане на стратегически маркетингови решения. Всеобхватно и задълбочено са представени характеристиките на процеса, като за целта авторът разработва „пирамида на маркетинговите решения“. Проучени са методическите въпроси, касаещи подобряването на процеса, като са предложени приложими концепции, модели, методи и измерители. На базата на задълбочен анализ и оценка на ролята на стратегическите решения в маркетинговата дейност на предприятието, са идентифицирани основните проблеми и са предложени насоки за подобряването на процеса.

Добро впечатление правят разработените от автора алгоритми на процесите на стратегическо маркетингово планиране, анализ на фирмения потенциал, сегментиране на пазара, контрол на маркетинговата дейност, разработване на маркетингова стратегия, вземане на стратегически маркетинговите решения.

Второто направление е свързано с приносите в областта на селф маркетинга, личностния и корпоративния имидж. Идентифицирани са спецификите на селф маркетинга като концепция, която благоприятства изграждането на положителни условия за професионална реализация и кариерно развитие на личността. В тази връзка авторът разработва алгоритъм на процеса на формиране на стратегия за конкурентоспособност на служителя.

Идентифицирани са особеностите на имиджа, който се разглежда от една страна като предпоставка за личностно развитие, а от друга - за ефективно стратегическото фирмено управление. Специално внимание заслужават изследванията в сферата на личностния и корпоративния имидж. Правят впечатление добре обоснованите изводи и

систематизираните препоръки за изграждането и управлението им. Въз основа на анализи и проучвания е установено влиянието на корпоративния имидж върху конкурентоспособността на организацията и фирменото развитие. Висока оценка заслужават и идентифицираните методи за изследване на зависимостта между двете явления и предложените от автора измерители.

Към **третото направление** Диляна Янева отнася приносите в областта на комуникационната дейност на предприятието. Проучени са характеристиките на фирмената комуникационна дейност като точно са идентифицирани ключовите инструменти за нейната оценка и връзка със стратегическото маркетингово управление. Предимство е разкритата взаимната обвързаност между комуникацията, бранда и дигиталния маркетинг. Изведени са основни проблеми и са предложени конкретни насоки и препоръки за подобряването на фирмената комуникационна дейност.

В заключение трябва да се подчертае, че посочените приноси са лично дело на автора и коректно отразяват най-значимите резултати от научната продукция на кандидата в конкурса.

III. Критични бележки и препоръки

Към кандидата в конкурса нямам критични бележки. Въз основа на значимата научноизследователска и приложна дейност, демонстрираните професионални качества и научни интереси на гл. ас. д-р Диляна Янева, препоръката ми е към продължаване на съществуващите научни търсения в сферата на стратегическия маркетинг, както и търсенето на нови възможности за популяризиране на резултатите от проведените от нея изследвания.

IV. Заключение

Научната продукция на гл. ас. д-р Диляна Янева напълно покрива в количествено и качествено отношение изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за неговото прилагане и Вътрешните правила за заемане на академични длъжности в „Югозападен университет „Неофит Рилски“ - Благоевград”.

Считам, че гл. ас. д-р Диляна Янева е уважаван преподавател и утвърден учен в професионалното направление 3.8. Икономика, притежаващ необходимия преподавателски и научно-изследователски опит и качества за придобиването на академичната длъжност „Доцент“.

Въз основа на всичко гореизложено искам убедено изразявам подкрепата си, предлагайки **гл. ас. д-р Диляна Янева да бъде избрана на академичната длъжност „доцент“ в ЮЗУ “Н. Рилски“ – Благоевград, по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг (Стратегически маркетинг и управление)).**

14.09 2021 г.

Член на журито:

(доц. д-р Еленита Великова)

STATEMENT

by Assoc. Prof. Dr. Elenita Kirilova Velikova,
Faculty of "Economics of Infrastructure",
Department of "Economics of Tourism", UNWE, Sofia,
member of a scientific jury in a competition for the academic position
"Associate Professor" in professional field 3.8. Economics (Marketing (Strategic
marketing and management)), announced by SWU "Neofit Rilski", Blagoevgrad
in State Gazette, issue 57/09.07.2021 according to Order № 1637/22.07.2021
of the Rector of SWU "Neofit Rilski"

*Subject: the scientific, scientific-applied and professional-academic
activity and production, presented by the participant in the competition*

I. Summarized data on the scientific production and the activity of the candidate

The only candidate in the announced competition for the academic position "Associate Professor" in professional field 3.8. Economics (Marketing (Strategic marketing and management)) is Chief Assistant Professor Dr. Dilyana Emcheva Yaneva, who is a lecturer at "Management and marketing" Department, Faculty of Economics, SWU "N. Rilski" - Blagoevgrad. The work experience of the candidate at SWU "N. Rilski" is 13 years and 7 months (2007-2021).

The **teaching and research activities** of Dilyana Yaneva are dedicated to the problems of strategic marketing, marketing management, self-marketing, brand management and business management. Based on the presented reference, it is established that the conducted lecture courses and seminars fully correspond to her scientific interests and the profile of the competition. Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva conducts lecture courses of Bulgarian and foreign students in bachelor's and master's programs in "Strategic marketing", "Marketing management", "Self marketing", "Self concept in HRM", "Sales techniques and negotiation", "Brand management" and other disciplines.

She also lectured on these issues at the Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna University, Bielsko-Biała, Poland in 2019, when she carried out **teaching mobility** under the Erasmus + program. In addition, the candidate in

the competition provides **practical guidance** for undergraduate internships, **scientific guidance and review** of both diploma theses and research papers of students participating in various scientific forums. Dilyana Yaneva is also an **academic mentor, course supervisor and tutor** of students in the professional field 3.8. Economics.

The candidate in the competition is a **member of professional and scientific organizations** in the country and abroad. In addition, she is a **member of editorial boards and a reviewer** of foreign and Bulgarian scientific publications.

In order to improve her professional experience and increase her qualification, Dilyana Yaneva conducts a number of **specializations and trainings** in Bulgaria and abroad.

Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva takes an active part in updating and developing **curricula and plans**. In addition, she participates in the preparation of documentation and implementation of accreditation procedures at SWU "N. Rilski".

It is noteworthy the active project activity of Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva in 5 international, 2 national and 14 university **projects**.

The scientific production for the candidate's participation in the competition is 3 monographs, 1 book, 4 articles, published in journals that are referenced and indexed in scientific databases and 12 articles, published in non-referenced journals with scientific review or published in edited collective volumes. A total of 20 publications with a total volume of 827 pages. 12 of them are independent and 8 - in co-authorship. The majority of the publications (15) are in English, which makes a positive impression.

All scientific papers submitted for review, are in sufficient volume to participate in the announced competition and thematically correspond to its direction.

The reference of the **citations**, presented by Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva, shows that the total number of citations of her scientific production is 39. 13 of them are in scientific journals, referenced and indexed in the scientific databases "**Scopus**" and "**Web of Science**".

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

The scientific production of the candidate contains original scientific-theoretical and practical-applied contributions, which fully correspond to the profile of the announced competition. I believe that they can be structured in three main directions.

The **first direction** concerns the contributions in the field of strategic marketing and management. The main theoretical and methodological aspects and problems of strategic marketing management are identified. The necessity of the application of its tools in the company management is argued. The role of the marketing strategy as a key element of the strategic marketing management has been studied and proven. An author's systematization of the main types of marketing strategies is proposed and their specifics and application in practice are determined.

Special attention should be paid to the research and publications related to the process of strategic marketing decision-making. The characteristics of the process are comprehensively and thoroughly presented and for this purpose the author develops a "Pyramid of marketing decisions". The methodological issues concerning the improvement of the process have been studied and applicable concepts, models, methods and measures have been proposed. Based on a thorough analysis and evaluation of the strategic decisions role in the marketing activities of the enterprise, the main problems are identified and guidelines for improving the process are proposed.

A good impression make the developed by the author algorithms of the processes of strategic marketing planning, analysis of the company potential, market segmentation, control of the marketing activity, development of the marketing strategy, strategic marketing decision-making.

The **second direction** is related to the contributions in the field of self-marketing, personal and corporate image. The specifics of self-marketing have been identified as a concept that favors the creation of positive conditions for professional realization and career development. In this regard, the author develops an algorithm for the process of forming a strategy for employee competitiveness.

The peculiarities of the image have been identified. They are considered on one hand as a prerequisite for personal development and on the other - for

effective strategic corporate governance. Especially noteworthy studies in the field of personal and corporate image. The well-substantiated conclusions and systematized recommendations for their construction and management are impressive. Based on analyzes and research, the influence of the corporate image on the competitiveness of the organization and the company development has been established. The identified methods for studying the relationship between the two phenomena and the measures proposed by the author also deserve high evaluation.

Dilyana Yaneva refers the contributions in the field of communication activity of the enterprise to the **third direction**. The characteristics of the company's communication activity have been studied and the key tools for its evaluation and connection with the strategic marketing management have been precisely identified. The advantage is the revealed interdependence between the communication, brand and digital marketing. The main problems are presented and specific guidelines and recommendations for the improvement of the company communication activity are offered.

In conclusion, it should be emphasized that these contributions are personal work of the author and correctly reflect the most significant results of the scientific production of the candidate in the competition.

III. Critical notes and recommendations

I have no critical remarks to the candidate in the competition. Based on the significant research and applied activity, the demonstrated professional qualities and scientific interests of Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva, my recommendation is to continue the existing scientific research in the field of strategic marketing, as well as the search for new opportunities to promote the results of her research.

IV. Conclusion

The scientific production of Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva fully covers in quantitative and qualitative terms the requirements of the Law for the development of the academic staff in the Republic of Bulgaria, the Regulations for application of the Law for the development of the academic staff in the Republic of Bulgaria and the Internal rules for development of the academic staff in SWU "Neofit Rilski".

I believe that Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva is a respected lecturer and established scientist in the professional field 3.8. Economics, who has the necessary teaching and research experience and qualities for the acquisition of the academic position of "Associate Professor".

Based on all the above, I would like to confidently express my support, proposing **Chief Assist. Prof. Dr. Dilyana Yaneva to receive the academic position "Associate Professor" in the professional field 3.8. Economics (Marketing (Strategic marketing and management)) at SWU "Neofit Rilski" – Blagoevgrad.**

14.09 2021

Member of the scientific jury:

(Assoc. Prof. Dr. Elenita Velikova)