

СТАНОВИЩЕ

от доц.д-р Надежда Димова

за придобиване на образователна и научна степен „доктор“

в СА „Д.А.Ценов“ - Свищов

Изготвил становището: доц.д-р Надежда Димова, Департамент „Икономика“, Нов български университет, Член на Научно жури, определено със Заповед №785 на Ректора на СА „Д.А.Ценов“.

Автор на дисертационния труд: Кристиана Чешмеджиева

Тема на дисертационния труд: „Комуникационни инструменти за позициониране на училище в дигиталната среда“

I.Общо представяне на дисертационния труд.

Представеният за изготвяне на становище дисертационен труд е в обем от 163 страници, от които 151 основен текст. Трудът е изграден от въведение, три глави, заключение, списък на цитираната литература – общо 125 източника. В подкрепа на изложеното са включени 13 таблици и 4 фигури.

Целта на изследването е да се разработи и апробира концептуална рамка (модел) на процеса по реализация на позиционната стратегия на училищна институция, базиран на използването на дигиталните комуникационни канали.

В съответствие с целта, обекта и предмета на изследването докторантът е посочил следните конкретни задачи:

- Да се анализира еволюцията на дигиталната среда и влиянието ѝ върху трансформацията на маркетинговите практики в образованието.
- Да се изведат особеностите на позиционирането в контекста на училищните институции
- Да се оценят възможностите на социалните медии като инструмент за подпомагане процеса на стратегическо позициониране на училищата като се систематизират съществуващите модели, понятия и изследвания в областта на дигиталния маркетинг и институционалната комуникация.

- Да се изведат ключовите показатели за оценка ефективността на комуникационните активности, осъществявани от училищната институция и да се обоснове тяхната приложимост като инструмент за оценка и оптимизация на маркетинговите дейности в училищната среда.
- Да се разработи концептуална рамка (модел) за използване на комуникационните инструменти при реализация на позиционната стратегия на училищна институция в дигитална среда, която да интегрира аналитични, комуникационни и управленски елементи, приложими в контекста на българското образование.
- Да се демонстрират възможностите на предложената концептуална рамка чрез апробиране в конкретна училищна институция.
- Формулиране на общи препоръки за използване на предложения модел в дейността на българските училища.

Обектът на настоящия дисертационен труд е стратегическата комуникация (цели и използвани инструменти) на училището в дигитална среда. В условията на дигитализация и нарастващо значение на онлайн взаимодействието между институции и потребители, училището се утвърждава както като образователен център, така и като активен комуникационен субект, който следва да използва комуникационните си активности за изграждане на ясна идентичност в съзнанието както на своите целеви аудитории (ученици и родители), така и на по-широк кръг заинтересовани страни, включително институционални и обществени субекти.

Предметът на изследването е капацитетът (възможности и ограничения) на социалните канали като инструмент за реализация на позиционната стратегия на училището, в условията на изострена конкурентна среда, динамични технологични промени и повишена дигитална грамотност на целевите аудитории.

Считам, че обемът на дисертационния труд е балансиран и оптимален в съдържателно отношение.

II. Актуалност на изследвания научен проблем.

Безспорно, дигиталната трансформация оказва пряко въздействие върху образователните институции, които функционират в условията на нарастващи изисквания за публичност, прозрачност и ефективна комуникация. Социалните медии се утвърждават като основен канал за взаимодействие с аудиториите, като предоставят

възможности за двупосочна комуникация, ангажираност и изграждане на институционален образ. комуникационните дейности на училищните институции в дигитална среда често се реализират без ясно формулирана стратегия, без обвързаност между цели, аудитории и съдържание, както и без използване на систематични показатели за оценка на резултатите.

Актуалността може да се обедини около обстоятелството, че значимостта на изследвания проблем произтича от необходимостта от адаптиране на съвременните маркетингови подходи към управлението на комуникацията в образованието, което е ясно подчертано от докторанта.

III. Структура и съдържание на дисертационния труд.

Докторантът се е постарал да изготви дисертация, която в съдържателно отношение е балансирана по форма и съдържание, което е доказателство за уменията на изследователя да подреди правилно и научно информацията и да я анализира като предложи адекватни изводи и препоръки.

Първа глава има теоретичен характер и е насочена към изясняване на концептуалните основи на позиционирането на училищните институции в дигитална среда. Разгледани са същността и особеностите на позиционирането в образователния сектор, спецификите на дигиталната комуникационна среда и ролята на социалните медии при изграждането на институционална идентичност и публично присъствие. Анализирани са възможностите и предизвикателствата пред училищните институции при използването на дигитални комуникационни инструменти, както и съществуващи добри практики в образователния сектор.

Втората глава има методологичен характер и надгражда концептуалните постановки, разгледани в предходната част на изследването. Изложението е насочено към обосноваване на логиката, структурата и приложимостта на модела, като се разглеждат основните компоненти, необходими за целенасочено управление на дигиталното позициониране на училищната институция.

Трета глава е фокусирана върху тестване на предлагания модел за реализация на позиционната стратегия на училищната институция в дигитална среда. Представени са данни от казусен анализ и интерпретация на вторични количествени данни, включително ключови маркетингови метрики. Главата съдържа структурирана рамка за дигитално позициониране, предложения за измерване на ефективността чрез KPI, както

и практически насоки за подобряване на дигиталното присъствие и ангажираността с аудиторията. Въз основа на анализиранияте резултати са формулирани заключения относно въздействието на социалните мрежи върху стратегическата идентичност и репутация на училищната институция.

IV. Научни и научно – приложни приноси на дисертационния труд.

В дисертационния труд има ясно обособени научни и научно – приложни приноси, които одобрявам и считам за напълно достатъчни за подобен род разработки, а именно:

- Адаптирани са концепции и инструменти от областта на маркетинга, бранд мениджмънта и дигиталните комуникации към спецификата на училищните институции.
- Систематизирани са теоретичните постановки относно позиционирането на образователните институции в дигитална среда и на тази база е изградена концептуална връзка между маркетинговата теория и практиката на образователните институции.
- Систематизирани са особеностите на дигиталната среда и е обосновано въздействието на социалните медии върху комуникационната стратегия и позиционирането на училищните институции в условията на дигитална трансформация.
- Разработен е концептуален модел за реализация на позиционната стратегия на училищна институция чрез използване на дигитални комуникационни инструменти.
- Систематизирани са показателите за оценка ефективността на дигиталните комуникации в контекста на образователната среда.
- Предложеният модел е апробиран в реална училищна среда и на база на резултатите са формулирани препоръки за подобряване на комуникационната политика на образователните институции.

V. Критични бележки и препоръки.

Нямам конкретни бележки и въпроси към дисертационния труд на Кристиана Чешмеджиева и считам, че разработката има необходимата задълбоченост и научна обоснованост.

Имам препоръка дисертационния труд да се публикува като монография, която да е достъпна до всички заинтересовани страни и широката общественост.

VI. Въпроси по дисертационния труд.

Имам един **въпрос** към докторанта, на който може да отговори по време на своята защита:

1. Кои комуникационни инструменти според Вашето изследване имат най-съществено влияние върху успешното позициониране на училището в дигиталната среда и как бихте измерили ефективността на тяхното използване?

VII. Изпълнение на националните минимални изисквания за придобиване на ОНС „доктор“.

Считам, че всички национални минимални изисквания за придобиване на ОНС „доктор“ са изпълнени.

VIII. Заключение.

Представеният дисертационен труд на тема: **„Комуникационни инструменти за позициониране на училище в дигиталната среда“** с автор докторант Кристиана Чешмеджиева е посветен на актуална тема и е разработен задълбочено и с подчертано академичен стил и разбиране за съществуващите проблеми в тази област. Въз основа на гореизложеното може да се даде положителна оценка на дисертационния труд и да се предложи да бъде присъдена ОНС „доктор“ на докторант **Кристиана Чешмеджиева** по научна специалност „Маркетинг“.

Дата:

02.09.2026г.

Изготвил становището:

/доц.д-р Надежда Димова/