

До

Научното жури, определено със заповед 641/09.07.2018 г. на Ректора на СА „Д. А. Ценов“ за провеждане на конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“, публикуван в ДВ., бр. 51 от 19.06.2018 г.

## СТАНОВИЩЕ

относно

кандидатура за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ в Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов по професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“

---

Участник в конкурса:	<b>ВАНЯ ПЕТКОВА ГРИГОРОВА</b> , главен асистент, доктор
Основание за написване на рецензията:	Обявен конкурс за академична длъжност „доцент“ по област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление: 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“, обнародван в ДВ, бр. 51/19.06.2018 г., за нуждите на катедра „Маркетинг“ при Стопанска академия „Димитър А. Ценов“, Решение на факултет „Мениджмънт и маркетинг“ (протокол №13/04.07.2018 г.), Заповед №641/09.07.2018 г. на Ректора на СА „Димитър А. Ценов“ – Свищов и Правилника за прилагане на ЗРАС в СА „Д. А. Ценов“.
Рецензент:	Доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич, Р-л катедра „Маркетинг“ при СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, член на научното жури по конкурса.
Научна специалност на рецензента:	„Маркетинг“

---

Д-р Ваня Петкова Григорова е единствен кандидат за участие в конкурса за академична длъжност „доцент“ по научната специалност Маркетинг, обявен от катедра „Маркетинг“ при факултет „Мениджмънт и маркетинг“ на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов.

Констатациите в настоящата рецензия са изведени от представения на членовете на научното жури пакет от документи и публикации на кандидата, както и от личните ми наблюдения върху професионалното ѝ развитие.

## **I. ПРЕДСТАВЯНЕ НА КАНДИДАТА: ПРОФЕСИОНАЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

Д-р Ваня Петкова Григорова е завършила следно образование в Икономически техникум „Димитър Хадживасилев“, гр. Свищов, през 1988 година, със специалност „икономист-счетоводител“. През 1993 година придобива висше образование по икономика с ОКС „магистър“ по специалност „Маркетинг и планиране“ в Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов. Непосредствено след завършване на висшето си образование започва работа и заема длъжностите счетоводител и офис-мениджър в ЕООД „РОЛВ“, а по-късно в ЕООД „Инкомис“ – и двете със седалище в гр. Свищов. През 1997 година се явява на конкурс и е назначена на академична длъжност „асистент“ по планиране в катедра „Планиране“ на СА „Д. А. Ценов“. През 1999 година е повишена в длъжност „старши асистент“, а през 1999 година – в длъжност „главен асистент“ в същата катедра. През 2012 година защитава дисертационен труд на тема „Комплексно оценяване на ефектите от маркетинговата дейност“ и придобива образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“.

Кандидатът за заемане на академичната длъжност „доцент“ е член на БАМ (Българската асоциация по маркетинг) от 2006 г., както на Съюза на учените в България от 2013 г. и в момента.

Представената автобиографична и професионална информация показва наличието както на научно-изследователски, така и педагогически опит. Изпълнени са всички формалните изисквания по реда за заемане на академична длъжност „доцент“, предвидени в чл. 24 от ЗРАС в РБ и чл. 53 от Правилника за неговото прилагане.

## **II. ОЦЕНКА НА УЧЕБНО-ПРЕПОДАВАТЕЛСКАТА РАБОТА НА КАНДИДАТА**

Кандидатът има над 19 години педагогически стаж като академичен преподавател във висше училище, като последните 9 в качеството на главен асистент. Тя е автор на учебните програма и титуляр на специализиращи лекционни курсове по „Дистрибуционна политика“, „Индустриален маркетинг“ и „Логистика“ (на руски език), включен в актуалния учебен план на специалност „Маркетинг“ в ОКС „бакалавър“ на СА „Д. А. Ценов“. Паралелно с това, д-р Григорова е водила и води като сътитуляр лекции и семинарни занятия по фундаменталната дисциплина

„Основи на маркетинга“ пред студенти от различни специалности от ОКС „бакалавър“, както и по специализиращите дисциплини „Маркетинг на финансови услуги“, „Маркетингов мениджмънт“, „Диагностика на маркетинговите решения“ пред студенти в ОКС „бакалавър“ и „Принципи на маркетинга“ и „Управление на продажбите“ през студенти в ОКС „магистър“ в ПН 3.8 Икономика [вж. справка №13].

През последните седем години кандидатът е имал много висока аудиторна академична заетост, надхвърляща минималните институционални нормативи в часове [вж. справки №11 и №12]. Освен това, д-р Григорова има дългогодишен опит и експертиза за преподаване в дистанционна форма на обучение, използвайки съвременни интернет базирани технологии и платформи за електронно обучение.

През последните пет години тя е работила активно и извънаудиторно, ръководейки разработването на курсови студентски разработки, в качеството си на тUTOR на кохорти от студенти от специалност „Маркетинг“ в редовна форма на обучение в ОКС „Бакалавър“, както и като академичен наставник по проект „Студентски практики“ на МОН, осъществяван с подкрепата на ОПРЧР и съфинансиран от ЕСФ на ЕС. Организираща е майсторски класове за студенти с представители на практиката и е ръководила посещения на студенти в реална работна среда в маркетингови отдели на различни фирми в страната.

Тези данни и обстоятелства показват, че кандидатът е натрупал солиден преподавателски опит и е в състояние да планира, организира и провежда академични лекционни курсове и семинарни занятия по дисциплини, кореспондиращи с обявената по конкурса научната специалност „Маркетинг“.

### **III. ОБЩА (КОЛИЧЕСТВЕНА И КАЧЕСТВЕНА) ОЦЕНКА НА НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ И РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКАТА ДЕЙНОСТ НА КАНДИДАТА**

Д-р Ваня Григорова участва в конкурса за академичната длъжност „доцент“ с една самостоятелна монография (256 стр.), 11 самостоятелни статии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране, пет от които към 17.08.2018 г. фигурират в националния референтен списък на НАЦИД. Две от визираните статии са на английски език и са публикувани в украински специализирани академични списания). Освен тях, 5 други статии са публикувани в съавторство в нереферирани списания с научно рецензиране на български език. Кандидатът е автор на четири научни студии (една от които самостоятелна), публикувани в нереферирани периодични сборници (алманаси) с научно рецензиране, както и на 9 научни

доклада (3 от които в съавторство), публикувани в сборници от конференции и колективни томове в страната и чужбина. Автор е и на един самостоятелен академичен учебник (278 стр.), тематично свързан с предмета на обявения конкурс. Участвала е съвместно с други автори в издаването на два колективни учебника и три учебни помагала.

Структурен обзор на публикациите, представени за рецензиране от кандидатката (вкл. учебници и учебни помагала) е представен на Таблица 1.

**Таблица 1.** Количествено обобщение на публикационната дейност на кандидата.

Вид на публикацията	Самостоятелни		В съавторство		Общо	
	бр.	стр.	бр.	стр.	бр.	стр.
1. Монографии	1	256	-	-	1	256
в т.ч. в чужбина	-	-	-	-	-	-
2. Студии	1	36	3	69	4	105
в т.ч. в чужбина	-	-	-	-	-	-
3. Статии	11	178	5	60	16	238
в т.ч. в чужбина	2	28			2	28
4. Научни доклади	6	53	3	20	9	73
в т.ч. в чужбина	1	6	1	5	2	11
<b>Всичко (научна продукция):</b>	<b>19</b>	<b>523</b>	<b>11</b>	<b>149</b>	<b>30</b>	<b>672</b>
<b>в т.ч. в чужбина:</b>	<b>3</b>	<b>34</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>39</b>
5. Учебници	1	278	2	187	3	465
6. Учебни помагала	-	-	5	254	5	254
<b>Всичко (учебници и помагала):</b>	<b>1</b>	<b>278</b>	<b>7</b>	<b>441</b>	<b>8</b>	<b>719</b>

В тематично отношение, публикациите на д-р Григорова са фокусирани основно върху (1) бизнес мрежи, стратегически алианси и влиянието им върху маркетинговата дейност на фирмите (в частност, в туристическия сектор, (2) интегрирани дистрибуционни системи и (3) измерване и оценка на резултатите от маркетинговата дейност (в частност, на индустриални продукти и услуги, както и на финансови услуги).

Основен интерес предизвиква монографичното изследване на кандидатката [Григорова, В., Маркетингови мрежи от фирми: състояние и стратегически решения в туристическия сектор. Библиотека „Стопански свят“, АИ Ценов, Свищов], посветено на проблемите мрежовата теория в маркетинговата парадигма в сферата на туристическия бизнес, както и на разработване на практически процедури за вземане на стратегически решения във фирмата, предлагаща туристически услуги.

За отбелязване е и другото мащабно публикационно постижение на кандидатката, със заглавие „Дистрибуционна политика“ (Григорова, В., Дистрибуционна политика, АИ Ценов, Свищов, 2018)“, което въпреки че в списъка с публикациите по конкурса е класифицирано от самата нея като учебник (и респ. съдържа множество

дидактически похвати, подпомагащи усвояването на материята), може да се твърди, че на места има и белезите на монографичност.

Всички публикувани статии и студии са в нереферирани издания, но с научно рецензиране. Публикуваните доклади от участия в научни конференции отразяват напредък в изучаваната материя.

Ваня Григорова е била член е изследователски екипи по шест научно-изследователски проекта, финансирани от фонд „НИД“ на Стопанска академия „Д. А. Ценов“. Работила и като учител в един международен проект, финансиран по програма Еразъм+ на ЕС.

Обстойният преглед на всички публикации, предложени от кандидата за участие в конкурса, позволява да се констатира, че минималните национални изисквания по, заложи в Правилника за прилагане на закона за развитие на академичния състав в Република България са изпълнени (вж. Таблица 2).

**Таблица 2.** Фактическо изпълнение на минималните национални изисквания по групи показатели (брой точки, съгласно Приложение към чл. 1, ал. 1, чл. 53, ал.1, т.4 и чл. 54, ал. 1 от ППЗРАС в Република България)

Група от показатели	Номер на показателите	Минимални национални изисквания (точки за доцент)	Фактическо състояние (точки)	Изпълнение
А	Показател №1	50	50,00	☑
Б	Показател №2	-	-	-
В	Показател №3	100	100,00	☑
Г	Сума от показателите от №4 до №10	200	232,34	☑
Д	Сума от показателите от №11 до №13	50	130,00	☑
Е	Сума от показателите от №14 до №21	-	249,08	-

#### **IV. ХАРАКТЕРИЗИРАНЕ НА НАУЧНИТЕ ПРИНОСИ НА КАНДИДАТА**

След детайлното ми запознаване с представените по конкурса научни трудове по конкурса, мога да твърдя, че кандидатът е допринесъл за развитие на маркетинговата теория, методология и преподаването на маркетинговото знание като академична специалност и управленска концепция в три направления:

- Популяризиране на концепцията за мрежовата парадигма в икономиката и нейната симбиоза с маркетинговата концепция, както и систематизиране на спецификата и типологиите на маркетинговите мрежи.
- Обследване и разработване на стратегически маркетингови подходи и модели за организационно управление в сферата на услугите (в частност, туристическите и индустриалните услуги).

- Синопис на принципите на управление на дистрибуционните мрежи и оценка на тяхната ефективност.

#### **V. АКАДЕМИЧНА ИЗВЕСТНОСТ НА КАНДИДАТА**

На базата на констатираните публикационни и преподавателски активности може да се констатира, че д-р Григорова прави усилия за позиционирането си в академичното пространство като автор и изследовател, изкушен от изучаването на мрежовите ефекти от организационните взаимодействия и влиянието им върху маркетинговата активност на фирмите. Основание за подобно твърдение ми дава обстоятелството, че тя е цитирана в четири дисертации (вж. приложената справка за цитирания), както и направената от мен справка в [scholar.google.com](http://scholar.google.com) към датата на изготвяне на настоящото становище. Насърчително е обстоятелството, че към пълнотекстовите публикации на български и английски език на авторката водят множество връзки и препратки към известни библиотечни каталози и бази данни.

#### **VI. КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ**

При изготвянето на настоящото становище съм изхождал от (пред-)убеждението, че маркетингът все повече се откъсва от своите чисто концептуални корени. Маркетинговите решения вече все по-рядко се основават на експертиза, ментални модели и/или минал опит, за сметка на знания, извлечени от данни. Мрежовите ефекти, модели и маркетингови инструменти, на които се е посветила д-р Григорова предполагат по-забележима симбиоза между количествени аналитични методи за маркетингови изследвания и съставянето (на тяхна база) на маркетингови модели за извеждане на оптимални стратегически решения. Подобно емпирично (пре-)ориентиране би допринесло за по-осезаема прагматичност и полезност на резултатите от изследователските ѝ усилия, което би довело и до по-висока „видимост“, „разпознаваемост“ и признание на авторските усилия. Въпреки, че всеки изследователски процес е свързан с преосмисляне и преоценяване на предходни схващания, считам, че в публикационната хронология на кандидата преобладава известно „теоретизиране“ и склонност към чисто логически заключения, за сметка на усилия за решаване на научно-приложни управленски и маркетингови проблеми с помощта на емпирични изследвания.

## VII. **ОБОБЩЕНА ОЦЕНКА**

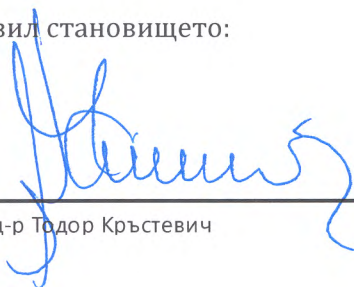
Научната продукция и преподавателският опит на д-р Ваня Петкова Григорова отговарят на изискванията на конкурса. Обследваните научни, научно-приложни и учебно методически показатели съответстват на изискуемите от ЗРАС на Република България и предвидените в Правилника за неговото прилагане количествени и качествени параметри и критерии. Кандидатурата е солидна, перспективна и с осезаем академичен потенциал. Всичко това ми дава основания да предложа главен асистент **д-р Ваня Петкова Григорова** да заеме обявената от Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ академична длъжност „доцент“ по научната специалност „Маркетинг“.

08.10.2018 г.

Свищов

Изготвил становището:

X



доц. д-р Тодор Кръстевич