

## СТАНОВИЩЕ

От доц. д-р Пенка Вълчева Горанова, СА „Д. А. Ценов“ – Свищов,  
научна специалност „Маркетинг“, член на научното жури, определено със  
Заповед № 641/09.07.2018 г. на Ректора на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов,  
в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“  
по професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност  
„Маркетинг“, обявен от СА „Д.А. Ценов“ – Свищов  
в ДВ бр.51/19.06.2018 г.,  
съгласно Решение на факултет „Мениджмънт и маркетинг“  
с Протокол № 13/04.07.2018 г.

**Единствен кандидат по конкурса:** гл. ас. д-р Ваня Петкова Григорова –  
преподавател в катедра „Маркетинг“ при СА „Д. А. Ценов“ – Свищов.

### **I. Кратка информация за кандидата в конкурса**

Академичната кариера на гл. ас. д-р Ваня Григорова в СА „Д. А. Ценов“ – Свищов започва през 1997 г., след конкурс за асистент към катедра „Стратегическо планиране и маркетинг“. Кандидатът през 1999 г. е повишен в старши асистент, а от 2009 г. е главен асистент. На 18.05.2012 г. придобива образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност 05.02.26 „Маркетинг“. От м. май 2016 г. до момента е член на Общото събрание на СА, както и на Факултетния съвет на факултет „Мениджмънт и маркетинг“. Гл. ас. д-р Ваня Григорова развива активни връзки на обучителния процес с бизнес практиката чрез организиране на публични лекции в областта на маркетинга с представители на различни сфери на бизнеса извън рамките на СА.

Организира курсове за обучение на педагогически специалисти от средното образование „Методика и иновативни методи за обучение по маркетинг и предприемачество“. Владее английски, руски и немски езици. Практическите умения и добрият преподавателски опит на кандидата се доказват в процеса на обучение на студентите.

Гл. ас. д-р Ваня Григорова е член на Българска асоциация по маркетинг и на Съюза на учените в България, както и на професионална организация на ВОИ при КНСБ.

## **II. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност „доцент” в СА**

Анализът на справката за изпълнение на минималните изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент” на национално ниво и в СА показва, че гл. ас. д-р Ваня Григорова има по показателите от група А – 50 точки, от група В – 100 точки, от група Г – 232,34 точки, от група Д – 130 точки и от група Е – 249,08 точки, или общо 761,42 точки при минимални национални изисквания 300, т.е. над 2,5 пъти са изпълнени изискванията.

Кандидатът е изпълнил задължителните условия на чл. 24 от ЗРАСРБ, а именно:

- а) придобил е ОНС „доктор” през 2012 г.;
- б) има дългогодишен преподавателски стаж – 19 години в СА;
- в) има публикуван монографичен труд, който не повтаря научните публикации, представени за придобиване на ОНС „доктор”.

## **III. Оценка на учебно-преподавателската дейност**

Гл. ас. д-р Ваня Григорова чете лекции и води семинарни занятия в ОКС „Бакалавър” пред студентите от специалност „Маркетинг” по учебните дисциплини „Диагностика на маркетинговите решения”, „Маркетингов мениджмънт”, „Маркетинг на финансовите услуги”, „Дистрибуционна политика” и „Логистика”. По „Дистрибуционна политика” е разработила учебна програма и самостоятелен лекционен курс, осигурен с публикуван самостоятелен учебник. В ОКС „Магистър” кандидатът е разработил учебни програми по дисциплините „Управление на продажбите”, „Принципи на маркетинга” и „Основи на маркетинга” в съавторство.

Издадената от учебния отдел на СА служебна бележка показва, че аудиторната и извънаудиторната заетост на гл. ас. д-р Ваня Григорова за последните 5 години в ОКС „Бакалавър” изпълнява норматива за СА.

Гл. ас. д-р Ваня Григорова участва активно в организационната работа на катедра „Маркетинг” – по подготовката и провеждането на научни семинари,

кръгли маси, студентски сесии и други мероприятия. За нуждите на учебния процес има издадени **3 учебника**, един от които самостоятелен и два – в съавторство. Специално внимание и висока оценка заслужава самостоятелният учебник по „Дистрибуционна политика“, както и участието ѝ в учебни помагала и учебни пособия. Гл. ас. д-р Ваня Григорова участва в разработването и актуализирането на учебната документация на специалността. Автор е на **3 учебни програми**. В преподавателската си дейност д-р Ваня Григорова редовно актуализира и обогатява учебното съдържание на дисциплините. Използва **интерактивни методи** на преподаване, като решаване на казуси, делови игри, дискусии и др.

Освен в обучението на студенти, кандидатът е участвал активно и в обучения в практическа среда, извън Академията.

*Гл. ас. д-р Ваня Григорова се отличава с високи изисквания и критерии към собствената си учебно-преподавателска дейност и спрямо подготовката на студентите. Ползва се с уважение сред колегите и студентите.*

#### **IV. Оценка на научноизследователската дейност**

Кандидатът участва в конкурса с общо **38 на брой научни публикации**, от които **1 самостоятелна монография** („Маркетинговите мрежи от фирми: състояние и стратегически решения в туристическия сектор”, 2017 г., която е изцяло по тематиката на обявения конкурс и надвишава два пъти изискванията за обем), **1 самостоятелна студия** и **3 в съавторство**, **11 научни статии самостоятелни**, **5 научни статии в съавторство**, **6 самостоятелни научни доклада** и **3 доклада в съавторство**, **3 учебника - 1 самостоятелен** и **2 в съавторство** и **5 учебни пособия в съавторство**. Обемът им значително превишава нормативните изисквания, общо са публикувани 1391 страници с научни трудове.

Преобладаващата част от творческата продукция на автора е в **утвърдени научни издания** (сп. „Икономически и социални алтернативи”, Академично издателство „Ценов” на СА, сп. „Бизнес управление”, електронно сп. „Диалог” и др.), симпозиуми и национални и международни научни и научно-практически конференции.

Приложената подробна справка в документите показва, че участникът в конкурса е **цитиран 19 пъти** в научни статии, доклади и учебници.

Някои от изследванията в научното творчество на кандидата имат **новаторски характер**. Аргумент за положителното впечатление е **качеството** на научната продукция. Преобладаващата част от научните трудове на кандидата могат да се разпределят в **две тематични направления**, които изцяло **съответстват на тематиката на конкурса**, обявен за нуждите на катедра „Маркетинг“.

**Първото направление – „Маркетинг“ (Индустриален маркетинг)** обхваща най-голям брой съдържателни публикации. В него се включват иновативната самостоятелна монография „Маркетинговите мрежи от фирми: състояние и стратегически решения в туристическия сектор“, студията „Потенциал за развитие на маркетинговите мрежи в туристическия сектор в България“, студията в съавторство „Стратегически решения при изграждане на маркетингови мрежи на пазара на туристически продукти“, 8 научни статии, 4 научни доклада.

**Във второто направление – „Стратегически маркетингов мениджмънт“** е поставен акцент върху стратегическите маркетингови мрежи и е предложен подход за тяхното оценяване с използване на ключови показатели. Тук попадат 8 научни статии и 5 научни доклада.

Освен научната продукция в посочените направления, кандидатът по конкурса е участвал в: 7 научноизследователски, научно-приложни и бизнес **проекти**, пет от които са университетски и два национални проекти „Студентски практики“, както и в 1 международен образователен проект, което е атестат за солидни компетенции.

*Гл. ас. д-р Ваня Григорова е изграден учен-изследовател с натрупан опит и свой поглед върху изследваната проблематика. Притежава умения за изследователска дейност самостоятелно и в екип. Представените трудове в посочените направления се отличават с високо научно равнище и свидетелстват за постоянното научно израстване на кандидата, след придобиването на ОНС „доктор“.*

## **V. Синтезирана оценка на основните научни и научно-приложни приноси**

Творческата продукция на кандидата съдържа **научни и научно-приложни приноси**. Могат да се посочат следните:

*Първо*, обогатява се теорията за мрежите и се обосновава мултидисциплинарния подход за произхода им. Систематизират се различни типологии на тези мрежи, както и предпоставките за тяхното формиране на макро и микроравнище в икономиката (публикации № 2.1, № 3.2, № 3.6, № 3.9, № 3.12, № 5.1, № 5.2, № 5.3 от приложенията към Справката за изпълнение на минималните национални изисквания). Обобщено е натрупаното знание за мрежите от различните автори и по този начин се доказва екипният подход в управлението на групови икономически субекти.

*Второ*, задълбочено са изследвани стратегическите маркетингови мрежи и е предложен подход с ключови показатели, с които да се оценяват маркетинговите мрежи в туризма. Следователно чрез тях конкретна туристическа компания може да проучва възможностите си за включване в маркетингова мрежа и да използва предложените процедури за вземане на стратегически решения (публикации № 2.1, № 3.12, № 5.1 от приложенията към Справката за изпълнение на минималните национални изисквания).

*Трето*, направен е сравнителен анализ на състоянието на маркетинговите мрежи в туризма и са обособени два профила с цел да се установят различията в характеристиките на изследваните мрежи. Въз основа на това са формулирани адекватни изводи и са обобщени силните и слабите страни на маркетинговите туристически мрежи, както и вътрешни и външни мотивационни фактори за формиране на такъв тип мрежи (публикации № 2.1, № 3.1, № 3.2, № 3.6, № 3.12, № 5.1, № 5.2 от приложенията към Справката за изпълнение на минималните национални изисквания).

*Четвърто*, обобщени са резултатите от множество емпирични проучвания, въз основа на които са направени теоретични заключения, като са адаптирани за практиката на туристическия мениджмънт в България и са подкрепени с конкретни практически изводи (публикации № 2.1, № 3.3, № 5.1, № 5.2, № 5.3 от приложенията към Справката за изпълнение на минималните национални изисквания).

*Пето*, задълбочено са анализирани стратегически подходи за управление на мрежови структури в икономиката. На тази основа са изведени авторски подходи за управление на тези структури и вземане на стратегически решения (публикации № 2.1, № 3.3, № 5.2, № 5.3 от приложенията към Справката за изпълнение на минималните национални изисквания).

#### **VI. Критични бележки и препоръки**

•Кандидатът да повиши публикационната си активност в реномирани, реферирани научни издания у нас и в чужбина.

•В бъдещата си работа да се стреми към международна изява и разпознаваемост посредством участие в международна преподавателска мобилност и научни форуми в чужбина, което е в пълно съответствие с възможностите и компетенциите на кандидата.

#### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Кандидатът в конкурса гл. ас. д-р Ваня Григорова **напълно отговаря** на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, на Правилника за неговото прилагане и на действащия Правилник на СА“Д. А. Ценов“. Притежава безспорни професионални достойнства на утвърден изследовател в своята област и доказани приноси за академичната длъжност „доцент“.

В качеството си на член на научното жури с **убеденост** заявявам, че ще гласувам **положително**, гл. ас. д-р Ваня Григорова да **заеме академичната длъжност „доцент“ по научната специалност „Маркетинг“** в катедра „Маркетинг“ на СА „Д. А. Ценов“ гр. Свищов.

02.10.2018 г.

**ЧЛЕН НА ЖУРИТО:**.....

/Доц. д-р П. Горанова/