

СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р **ИВАН РАШКОВ МАРЧЕВСКИ**, катедра „Маркетинг“ към Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов, хабилиран по научна специалност „Маркетинг“.

1. Основание за написване на становището

Становището е изготвено в качеството ми на член на Научно жури, определено със заповед № 336 от 24.04.2023 г. на Ректора на СА „Д.А.Ценов“ – Свищов и Решение от първо заседание на научното жури от 11.05.2023 г. за определяне на рецензенти по конкурса.

При написването на становището са съблюдавани: ЗРАС в Р България (чл. 26, ал 2 и 3) Правилник за прилагане на ЗРАСРБ (чл. 1а, ал. 1 и 2 и приложение по научни области и професионални направление), Правилник за развитие на академичния състав на СА „Д.А.Ценов“ (чл. 129, ал. 2) и примернатата структура относно формата и съдържанието на „становище“, разработено от член на научно жури за заемане на академична длъжност „професор“ в СА „Д.А.Ценов“ – Свищов.

2. Представяне на кандидатите за участие в конкурса

В конкурса за заемане на академичната длъжност ПРОФЕСОР към Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов, в област на висшето образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност Маркетинг, за нуждите на катедра „Маркетинг“ на СА „Д.А.Ценов“ - Свищов („Държавен вестник“, бр. 21 от 07.03.2023 г.) участва *един кандидат*: доц. д-р **Тодор Борисов Кръстевич**.

3. Изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 26, ал. 2 и 3 и изискванията по чл. 26, ал. 5 на ЗРАСРБ

Предоставената от доц. Кръстевич информация ми дава основание да твърдя, че той **покрива минималните национални изисквания** на заемане на академичната длъжност „професор“ в професионално направление 3.8. Икономика (таблица 1).

Таблица 1. Степен на изпълнение на минималните национални изисквания заемане на академичната длъжност „професор“ в професионално направление 3.8. Икономика (справка 99)

Група от показатели	ПОКАЗАТЕЛИ	Професор (минимални изискуеми точки)	Брой точки на кандидата
А	Показател 1: Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“	50	50
Б	Показател 2: Дисертационен труд за присъждане на научна степен „доктор на науките“	-	0
В	Показател 3: Хабилизационен труд – монография	100	100
Г	Сума от показателите от 4 до 10	200	519,58
Д	Сума от показателите от 11 до 13	100	1885
Е	Сума от показателите от 14 до 21	100	795

При изискуем минимум от 550 точки за легитимно участие в конкурса доц. д-р Тодор Кръстевич е предоставил доказателства за научна продукция и дейности, формиращи 3 350 точки като при никой от показателите неговите точки не са по-малко от минимално изискуемите. Това прави участието му в конкурса **легитимно**.

4. Персонална характеристика на кандидата

От предоставената автобиография става ясно, че Тодор Борисов Кръстевич е завършил висшето си образование във ВФСИ (настояща Стопанска академия) „Д.А.Ценов“ – Свищов през 1990 година, с придобита квалификация „магистър по икономика и управление на индустрията“.

Тодор Кръстевич притежава научната степен „**доктор**“ по **маркетинг**, придобита през 1997 година, на база успешно защитена дисертация на тема „Методически аспекти на стратегическото продуктово позициониране“. Този факт е удостоверен чрез приложената към документите по конкурса Диплома от ВАК - София № 24634 от 04.04.1997 г., (*справка 04*).

От 09.04.1999 г. Тодор Борисов Кръстевич заема академичната длъжност „**доцент**“ в катедра „Маркетинг“ на СА „Д.А.Ценов“. Този факт е удостоверен чрез Свидетелство на ВАК №19 569 от 09.04.1999 г. (*справка 04*) и Удостоверение за стаж по специалността (*справка - 10*).

Освен това доц. Тодор Кръстевич притежава редица **допълнителни квалификации**. Той е бил стипендиант на DAAD, Carl Duisberg Gesellschaft e. V. и ИНК – Германия като посочените грантове са за пост докторантски специализации; притежава квалификациите: Master of Business Training и Сертифициран експерт и одитор по системи за управление на качеството (ISO 9000), както и 22 сертификата за професионална квалификация в сферата на предиктивното моделиране, дигиталния маркетинг, пазарното прогнозиране,

използването на специализиран софтуер за анализ на големи данни и други (справки: 02 – CV и 22).

Преподавателската кариера на Тодор Кръстевич до момента е свързана изцяло с катедра „Маркетинг“ на СА „Д.А.Ценов“ – Свищов. Той започва като *асистент* в катедра Планиране през 1990 година, последователно преминава през академичните длъжности *старши асистент* и *главен асистент*, а от януари 1999 година до сега работи на длъжността *доцент* към катедра „Маркетинг“ (справка 02 – CV) и Удостоверение за стаж по специалността (справка - 10).

Доц. Кръстевич има богат **управленски и административен опит**. Освен преподавателските си ангажименти той е съвместявал функциите: *ръководител на катедра „Маркетинг“* в СА „Д.А.Ценов“ – Свищов от 2007 до април 2020 година; *Заместник ректор по научноизследователската и проектна дейност на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов* (февруари 2016 – февруари 2020); *Директор на Център за професионално обучение* (2005 – 2011 г.) и на *Център за следдипломно и факултативно обучение* (2005 – 2011 г.) в СА „Д.А.Ценов“; *Координатор на офис „Образователен маркетинг“* (1999 – 2003 г.). Трябва да се отбележи, че през периода септември 2016 – февруари 2020 доц. Кръстевич е бил и член на *Постоянната комисия по стопански науки и управление към НАОА* (справка 02 – CV).

Доц. Тодор Кръстевич е **член на редакционната колегия** на икономическото списание „Народностопански архив“.

5. Количествена и качествена оценка на учебно-преподавателската работа на кандидата

Количествена оценка на учебната работа на кандидата

Предоставените във връзка с конкурса документи ми дават основание за следните констатации:

1. Доц. Кръстевич **заема академичната длъжност „доцент“** в катедра „Маркетинг“ на СА „Д.А.Ценов“ от 1999 година (общо 23 години), което осезаемо надвишава минималните изисквания, предвидени в чл. 129, ал. 2 т. 3 от ПРАС в СА „Д.А.Ценов“ (справка – 10).

2. Като преподавател в Стопанска академия доц. Кръстевич има **достатъчна по обем педагогическа заетост**. За четирите години, предшестващи конкурса, доц. Кръстевич има академична заетост, която чувствително надвишава действащия през съответната учебна година норматив: през учебна 2018/19 – 474 часа (237% изпълнение), през учебна 2019/20 – 342 часа (171%), през учебна 2020/21 – творчески отпуск и през учебна 2021/22 – 852 часа (170 %) (справка – 09).

3. Доц. Кръстевич е автор на 5 учебника, 2 от които самостоятелни, с общ обем от 1160 стр. и на 6 учебни пособия (2 самостоятелни) с общо обем от 2024

страници, предназначени за студенти в ОКС „бакалавър“ и ОКС „магистър“, както и за специализанти (справка – 18).

4. Доц. Кръстевич е бил **научен ръководител на 7 успешно защитили докторанти**, част от които понастоящем за утвърдени учени и преподаватели в Стопанска академия и Икономическия университет – Варна. И по този критерий са надвишени минималните изисквания, предвидени в чл. 129, ал. 2, т. 5 от ПРАС в СА „Д.А.Ценов“ (справка – 22).

Качествена оценка на учебната работа на кандидата

Запознаването с портфолиото преподавани дисциплини от доц. Кръстевич показва явен интерес към иновациите и авангардните теми в маркетинга. В годините доц. Кръстевич е **разработил (самостоятелно или в съавторство) и преподавал** в Стопанска академия и други български висши училища **курсовете** по: Основи на маркетинга, Маркетингови изследвания II-ра част, Емпирични изследователски методи, Ценова политика и Маркетингова аналитика (с R и Alteryx), предназначени за студенти в ОКС „Бакалавър“ и Маркетингов инженеринг, Аналитично извличане на знания от данни (data mining), Емпирични маркетингови изследвания, Медия планиране Маркетингов практикум (MARKSTRAT), Прогностичен анализ (с Python), Дигитален брандинг, Дигитален маркетинг, Маркетинг на услуги и Дигитален маркетинг в сектора на услугите, предназначени за студенти в ОКС „Магистър“ (справка 19).

Доц. Кръстевич е сред **основателите на катедра „Маркетинг“** в Стопанската академия, работил е активно за **създаването и утвърждаването на специалност „Маркетинг“** в Стопанска академия „Д.А.Ценов“, както и на **магистърските програми: „Маркетинг“, „Маркетингови комуникации“, „Маркетингов мениджмънт“** и „Дигитален маркетинг“.

Констатация. Въз основа на предоставените материали може да се заключи, че постиженията в областта на **учебно-преподавателската работа** на кандидатът по конкурса, доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич напълно покриват изискванията към преподавател, заемащ академичната длъжност „професор“.

6. Количествена и качествена оценка на научните изследвания и изследователската дейност на кандидата

Количествена оценка на научно-изследователската дейност на кандидата

Научните интереси на доц. Кръстевич са в областта на предиктивното моделиране на потребителския избор, продуктовото позициониране, използването

на количествени методи в маркетинга, маркетинговите изследвания, маркетинговото ценообразуване, дигиталния маркетинг, използването на специализиран софтуер на обработка на големи данни с приложение в маркетинга.

В документите по конкурса доц. Кръстевич е предоставил информация за наличие на значителна по обем научна продукция. Само за целите на този конкурс посочените заглавия са 39, шест от които на чужд език, с общ обем от 1 395 стандартни страници (таблица 2).

Таблица 2 Количествени параметри на научната продукция на доц. Кръстевич, представена за целите на конкурса

№	Вид на публикацията	бр.	страници
1.	<i>Монографии</i>	2	317
2.	<i>Студии</i> публикувани в издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация	3	100
3.	<i>Студии</i> , публикувани в <i>нереферирани списания</i> с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове	15	589
4.	<i>Статии и доклади</i> , публикувани в <i>нереферирани списания</i> с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове	15	179
5.	Глави от <i>колективни монографии</i>	4	210
	ОБЩО	39	1 395

Анализът им в *структурно отношение* показва преобладаващ дял на по-сериозните изследвания – монографии и студии. Кандидатът е посочил 2 самостоятелни (общ обем от 317 стр.) и 4 колективни монографии (участие със самостоятелни глави – общо 210 стр.), 18 студии (689 стр.) и 15 статии и доклади (179 стр.). Трябва да се отбележи, че 3 от студиите са публикувани в издания, индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация, което надхвърля минималните изисквания, залегнали в чл. 129, ал. 2, т.7 от ПРАС в СА „Д.А.Ценов“.

Общото ми впечатление е, че научната продукция на доц. Кръстевич е сериозна и осезаемо надхвърля като обем изискванията, залегнали в нормативната уредба, касаеща настоящия конкурс.

Качествена оценка на научно-изследователската дейност на кандидата

Тематично всички публикации на доц. Кръстевич са в сферата, по която е обявен конкурсът - маркетинг. По-конкретно: ценова политика, изучаване на потребителското поведение, позиционни анализи и таргетиране, предиктивно моделиране, използване на големи данни в маркетинга, съвременни софтуерни

решения с приложение в маркетинга, количествени методи за подпомагане на маркетинговите решения.

Основният монографичен труд, с който кандидатът участва в конкурса е със заглавие **„Ценова аналитика с R“**, издаден е през 2022 година и е с обем от 200 страници. В разработката се систематизират концепции, методи и инструменти за практическото им прилагане в софтуерна среда с отворен код за анализ на данни и статистически изчисления. *Основната цел* на автора, която по мнение е постигната, е да убеди ангажираните с ценообразуването на фирмено равнище, че: *„вместо да се разчита на инстинкт, догадки и/или наивни ментални модели, маркетингово ценообразуване следва да се основава на данни“*. Голямото достойнство на разработката е, че тя не само доказва „защо“ този подход е по-правилен, но и показва „как“ той може да се реализира на практика. Разгледани са теми, произтичащи от фундаменталната теория на маркетинговото ценообразуване, но поддаващи се на емпирично оценяване, като ценова информираност, ценовата еластичност, готовността за плащане и функцията на ценовия отговор, оптимизация на цените, както и избрани проблеми на ценовата диференциация и на персонализираното ценообразуване. Друго важно достойнство на монографията е сполучливото съчетание между теоретични постановки с практически решения, реализирани чрез модерни софтуерни инструменти. Изследването е с високо качество и напълно съответства на темата на конкурса.

Висока оценка заслужава и монографичният труд на доц. Кръстеви - **„Анализ на пазарната кошница с R“** (2021 г., 117 стр.), в който се изследват подходи, алгоритми, техники и процедури за анализ на пазарната кошница с данни от продажбени трансакции, отново чрез програмния език R. И в тази своя публикация доц. Кръстевич налага виждането си, че маркетинговите решения трябва да се вземат на база реални пазарни данни.

Освен споменатите монографии особен интерес предизвикват разработките на кандидата посветени на *изучаване и предсказване на потребителски избор и оценка вероятността за покупка* (публикации Г7-3, Г7-7, Г7-14, Г7-15, Г8-2, Г9-2, Г9-5, Г9-6, Г9-10, Г9-13, Г9-15, Г10-1, Г10-2, Г10-3, от списъка на автора), тези с фокус върху оптимизирането на ценовите решения (Г7-2, Г7-8, Г7-12 и Г9-7) и публикациите, изследващи възможностите за повишаване ефективността на програмите за директен маркетинг в дигитална среда (публикации Г7-4, Г8-3 и Г9-9).

Във всички свои разработки, авторът демонстрира добро познаване на съвременните изследвания в изучаваните области и умения за намиране на практически решения, базирани на теоретичните постановки. Научните търсения на кандидата са подплатени с подходящ емпиричен анализ, доказващ теоретичните изводи и обобщения.

Друг факт, който прави впечатление в научната продукция на доц. Кръстевич, е наличието на голям брой колективни изследвания по свързани проблеми, което е предпоставка за изграждане на научна група/школа.

По отношение на предоставените за рецензиране материали не намерих доказателства за наличие на плагиатство.

Констатация. *Общото впечатление за научно-изследователската дейност на доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич е, че той има сериозни научни постижения, които като теми се вписват в профила на направлението, за което е обявен конкурсът – маркетинг. Количествените параметри на научната му продукция чувствително надхвърлят изискванията залегнали в чл. 2б, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ и ППЗРАСРБ (Приложение към чл. 1а, ал. 1), а качеството съответства в пълна степен на утвърдените стандарти за направлението. Това ми дава основание да дам положителна оценка на научно-изследователската дейност на кандидата.*

7. Научни приноси на кандидата

Запознаването с трудовете на доц. Кръстевич и личните ми впечатления от част от разработките му, ми дават основание да приема, че посочените от него приноси коректно и обективно отразяват резултатите от научните му изследвания. Научните приноси на доц. Кръстевич са многоаспектни, но в по-общ план могат да бъдат систематизирани в две направления.

Първо, развитие на **маркетинговата теория** чрез:

- Въвеждане на емпиричния, базиран на данни подход в маркетинга (констатира се във всички публикации на кандидата).
- Налагане на аналитичния подход при вземането на ценови решения, което е слабо изследвана област маркетинговата литература (монографичен труд и публикации Г7-2, Г7-8, Г7-12 и Г9-7).
- Развитие на моделите (емпирично верифициране на съществуващи и предлагане на нови) за обясняване и предсказване на потребителския избор (Г7-3, Г7-7, Г7-14, Г8-2, Г9-2, Г9-5, Г9-6, Г9-13, Г9-15, Г10-1, Г10-2, Г10-3).
- Използване на инструментариума на науката за данни при обосновка на маркетингови решения (Г4-1, Г7-1, Г7-4, Г7-6, Г8-1, Г8-3, Г9-1, Г9-4, Г9-9).

Второ, развитие на **инструментариума** на маркетинговото управление в следните направления:

- Адаптиране и апробиране на различни методологии за измерване на клиентски предпочитания и предсказване на потребителския избор (Г9-13, Г9-10, Г9-6, Г9-2, Г9-6, Г7-4, Г7-6).

- Разработване и апробиране на различни възможности за използване на софтуер с отворен код при решаване на проблеми, свързани с оптимизация на цените, прогнозиране на пазарната дифузия на продукти за дълготрайна употреба и оптималното ретаргетиране на потребители със специфични характеристики (B1, Г7-1, Г7-2, Г7-3, Г7-8, Г7-9 и Г10-3).
- Апробиране на модели с приложение при маркетинговото управление в конкретен продуктово-пазарен контекст - предлагането на образователни услуги. По конкретно, оценка на потребностите от образователни услуги, управление на взаимоотношенията с обучаемите и измерване, оценяване и мониторинг на индивидуалния квалификационен профил на студента – методика КВАБАР-С (Г7-10, Г7-11, Г9-11, Г9-12, Г9-14).

8. Академична известност на кандидата

Впечатленията ми от дългогодишната ни съвместна работа с доц. Кръстевич ми дават основание да твърдя, че той е утвърдено име в маркетинговите среди. Ползва се с респекта и уважението на колегите, изследващи проблемите на маркетинга. От формална гледна точка, предоставените към документацията на конкурса данни показват, че негови публикации имат почти 200 цитирания като 5 от тях са в издания, индексирани в базите данни на SCOPUS и WoS, 172 цитирания в монографии и колективни томове с научно рецензиране и 18 цитирания в нереферирани списания с научно рецензиране (*Справка 13*). По данни от Goggle Scholar доц. Кръстевич има индекс на Хирш (h-индекс) 2.

9. Критични бележки и препоръки

Критични бележки и препоръки към работата на доц. Кръстевич нямам. Пожелавам му да задържи все така жив изследователския си интерес, отвореността към новостите в маркетинговата наука и всеотдайността в работата си.

Обобщена оценка

Всичко изложено до тук и непосредствените ми впечатления от кандидата ми дават основание да твърдя, че:

- Доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич покрива минималните национални изисквания за заемане на академична длъжност „професор“ в ПН.3 Икономика, както и допълнителните изисквания, предвидени в чл. 129, ал. 2 от ПРАС в СА „Д.А.Ценов - Свищов.
- Тодор Борисов Кръстевич е учен и преподавател с широка известност и неоспорим авторитет в академичните среди.

- Той има сериозен капацитет като учен и преподавател и би спомогнал за издигане авторитета на катедра „Маркетинг” и СА „Д.А.Ценов“ - Свищов, у нас и в чужбина.

Заклучение. С убеденост изразявам становището си, че доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич има необходимите качества и постижения за да заеме академичната длъжност „ПРОФЕСОР” на Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов по научна специалност Маркетинг. В тази връзка си позволявам да предложа на уважаемото Научно жури и Факултетния съвет при факултет „Мениджмънт и маркетинг” на Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов **да одобри кандидатурата на доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич за заемане на академичната длъжност „ПРОФЕСОР” по „Маркетинг”.**

Свищов
17.05.2023 г.

доц. д-р Иван Марчевски:

OPPINION

Prepared by **Assoc. prof. IVAN RASHKOV MARCHEVSKI PhD.**, Department of "Marketing" at the D. A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov, habilitated in the scientific specialty "Marketing".

1. Basis for writing the opinion

The opinion was prepared in my capacity as a member of the Scientific Jury, determined by Order No. 336 of 24.04.2023 of the Rector of the D. A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov and Decision of the first meeting of the Scientific Jury dated 11.05.2023. to determine reviewers for the competition.

In writing the opinion, the following were observed: ZRAS in the Republic of Bulgaria (art. 2b, paragraphs 2 and 3) Regulations for the implementation of ZRASRB (art. 1a, paragraphs 1 and 2 and application by scientific fields and professional areas), Regulations for the development of the academic staff of the SA "D.A. Tsenov" (art. 129, para. 2) and the sample structure regarding the form and content of an "opinion" developed by a member of the scientific jury for occupying the academic position of "professor" in the D. A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov.

2. The candidates

In the competition for the academic position of PROFESSOR at the D.A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov, in the field of higher education 3. Social, economic and legal sciences, professional direction 3.8. Economics, scientific specialty Marketing, for the needs of the "Marketing" department of D. A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov ("State Gazette", issue 21 of 07.03.2023) one candidate participated: Assoc. prof. Todor Borisov Krastevich, PhD.

3. Fulfillment of the minimum national requirements under Art. 2b, para. 2 and 3 and the requirements under Art. 2b, para. 5 of ZRASRB

The information provided by Assoc. Prof. Krastevich gives me a reason to claim that he meets the minimum national requirements for occupying the academic position "Professor" in professional direction 3.8. Economics (Table 1).

Table 1. Degree of fulfillment of the minimum national requirements for the occupation of the academic position "Professor" in professional direction 3.8. Economics (reference 99)

Group of indicators	INDICATORS	Professor (minimum required points)	Points of the candidate
<u>A</u>	Indicator 1: Dissertation work for the award of the educational and scientific degree "doctor"	50	50
<u>B</u>	Indicator 2: Dissertation work for the award of the scientific degree "Doctor of Sciences"	-	0

<u>B</u>	<u>Indicator 3: Habilitation work - monograph</u>	100	100
<u>Г</u>	<u>Sum of indicators from 4 to 10</u>	200	519,58
<u>Д</u>	<u>Sum of indicators from 11 to 13</u>	100	1885
<u>Е</u>	<u>Sum of indicators from 14 to 21</u>	100	795

With a required minimum of 550 points for legitimate participation in the competition, Assoc. Prof. Todor Krastevich has provided evidence of scientific production and activities, forming 3,350 points, and in none of the indicators his points are less than the minimum required. This makes his participation in the contest legitimate.

4. Personal characteristics of the candidate

From the CV provided, it is clear that Todor Borisov Krastevich completed his higher education at VFSI "D.A. Tsenov" – Svishtov (currently D.A. Tsenov Academy of Economics) in 1990, with the qualification "Master of Economics and Industrial Management".

Todor Krastevich holds the PhD degree in marketing, acquired in 1997, on the basis of a successfully defended dissertation on the topic "Methodical aspects of strategic product positioning". This fact is certified by the Diploma from VAK - Sofia No. 24634 dated 04.04.1997, attached to the competition documents (reference 04).

Since 04/09/1999, Todor Borisov Krastevich holds the academic position of "Associate Professor" in the Department of "Marketing" at D.A.Tsenov Academy of Economics. This fact is certified by VAK Certificate No. 19 569 dated 09.04.1999 (reference 04) and Certificate of internship in the specialty (reference - 10).

Assoc. Prof. Todor Krastevich has a number of additional qualifications. He was a DAAD Fellow, Carl Duisberg Gesellschaft e. V. and IHK – Germany, as the mentioned grants are for post-doctorate specializations; holds the qualifications: Master of Business Training and Certified expert and auditor of quality management systems (ISO 9000), as well as 22 certificates of professional qualification in the field of predictive modeling, digital marketing, market forecasting, the use of specialized software for the analysis of big data and others (references: 02 – CV and 22).

The whole teaching career of Todor Krastevich has been connected with the "Marketing" department of the D.A. Tsenov Academy of Economics. He started as an assistant in the Department of Planning in 1990, successively passed through the academic positions of senior assistant and chief assistant, and from January 1999 until now he worked as an Associate professor at the Department of Marketing (reference 02 - CV) and Certificate of internship in the specialty (reference - 10).

Assoc. Prof. Krastevich has rich managerial and administrative experience. In addition to his teaching commitments, he has held the following positions: Head of the

"Marketing" department at D.A. Tsenov Academy of Economics from 2007 to April 2020; Deputy Rector for research and project activities of the D.A. Tsenov Academy of Economics (February 2016 - February 2020); Director of the Center for Professional Training (2005 – 2011) and of the Center for Postgraduate and Optional Training (2005 – 2011) at D.A. Tsenov Academy of Economics; Coordinator of the "Educational Marketing" office (1999 - 2003).

It should be noted that during the period September 2016 - February 2020, Assoc. Prof. Krastevich was also a member of the Standing Committee on Economic Sciences and Management at NEAA (reference 02 - CV).

He is a member of the editorial board of the economic magazine Economic archive.

5. Quantitative and qualitative assessment of the candidate's educational and teaching work

Quantitative assessment of the candidate's academic work

The documents provided in connection with the competition give me a reason for the following findings:

1. Assoc. Prof. Krastevich holds the academic position of "Associate professor" in the Department of "Marketing" of D.A. Tsenov Academy of Economics since 1999 (23 years in total), which significantly exceeds the minimum requirements provided for in Art. 129, para. 2 item 3 of PRAS in the D.A. Tsenov Academy of Economics (reference - 10).
2. As a lecturer at the D.A. Tsenov Academy of Economics, assoc. prof. Krastevich has a sufficient amount of teaching load. For the four years preceding the competition, he has an academic workload that significantly exceeds the normative in the current academic year: in the academic year 2018/19 – 474 hours (237% completion rate), in the academic year 2019/20 – 342 hours (171%), in the academic year 2020/21 – creative leave and in the academic year 2021/22 – 852 hours (170 %) (reference – 09).
3. Assoc. Prof. Krastevich is the author of 5 textbooks, in 2 of which he is independent author, with a total volume of 1,160 pages and 6 textbooks (2 as independent author) with a total volume of 2,024 pages, intended for students in the "Bachelor" and "Master" degree, as well as for postgraduates' students (reference - 18).
4. Assoc. Prof. Krastevich had been a scientific supervisor of 7 successfully defended doctoral students, some of which are well known scientists and teachers at present. On this criterion, the minimum requirements stipulated in Art. 129, para. 2, item 5 of PRAS in D.A. Tsenov Academy of Economics (reference - 22) are covered.

Qualitative assessment of the candidate's academic work

Acquaintance with the portfolio of disciplines taught by Assoc. Prof. Krastevich shows a clear interest in innovation and cutting-edge topics in marketing. Over the years,

Assoc. Prof. Krastevich has developed (independently or in co-authorship) and taught at D.A. Tsenov Academy of Economics and other Bulgarian universities the courses on: Basics of Marketing, Marketing Research Part II, Empirical Research Methods, Pricing Policy and Marketing Analytics (with R and Alteryx) intended for students in "Bachelor" degree and Marketing Engineering, Data mining, Empirical marketing research, Media planning, Marketing practicum with MARKSTRAT, Predictive analysis (with Python), Digital branding, Digital marketing, Service Marketing and Digital Marketing in the Service Sector, intended for Master degree students (reference 19).

Assoc. Prof. Krastevich is one of the founders of the Department of Marketing at D.A. Tsenov Academy of Economics, he worked actively for the creation of the bachelor degree "Marketing" at D.A. Tsenov Academy of Economics, as well as the master's programs: "Marketing", "Marketing Communications", 'Marketing Management' and 'Digital Marketing'.

Conclusion. Based on the materials provided, it can be concluded that the achievements in the field of educational and teaching of the candidate for the competition, Assoc. prof. Todor Borisov Krastevich fully meet the requirements for a lecturer holding the academic position of "Professor".

6. Quantitative and qualitative assessment of the candidate's research and research activities

Quantitative assessment of the candidate's research activity

Prof. Krastevich' scientific interests are in the field of predictive modeling of consumer choice, product positioning, the use of quantitative methods in marketing, marketing research, pricing, digital marketing, the use of big data in marketing etc.

In the competition documents, Assoc. Prof. Krastevich has provided information on the presence of significant scientific output. Only for this competition, the provided titles are 39, six of which are in a foreign language, with a total volume of 1,395 standard pages (table 2).

Table 2 Quantitative parameters of the scientific production of Assoc. Prof. Krastevich, presented for the participation in the competition

	Type of publication	No.	Pages
1.	Monographs	2	317
2.	Studies published in journals <u>indexed</u> in SCOPUS and WoS	3	100
3.	Studies published in peer-reviewed journals or published in edited collective volumes but <u>not indexed</u> in SCOPUS and WoS	15	589
4.	Articles and reports published in non-refereed peer-reviewed journals or published in edited collective volumes	15	179
5.	Chapters of collective monographs	4	210
	TOTAL	39	1 395

Their structural analysis shows a predominant share of more serious research - monographs and studies. The candidate has indicated 2 independent (total volume of 317 pages) and 4 collective monographs (participation with independent chapters - total of 210 pages), 18 studies (689 pages) and 15 articles and reports (179 pages). It should be noted that 3 of the studies were published in journals indexed in world-renowned databases with scientific information (SCOPUS and WoS), which exceeds the minimum requirements laid down in Art. 129, para. 2, item 7 of PRAS in D.A. Tsenov Academy of Economics.

My general impression is that Assoc. Prof. Krastevich' scientific output is serious and significantly exceeds in terms of volume the requirements laid down in the regulations concerning the current competition.

Qualitative assessment of the candidate's research activity

Thematically, all of Assoc. Prof. Krastevich's publications are in the field of marketing. Specifically: pricing, consumer behavior, position analysis and targeting, predictive modeling, use of big data in marketing, modern software solutions with marketing applications, quantitative methods in marketing.

The habilitation work of the candidate is the monograph titled "Price Analytics with R" It's published in 2022 and has a volume of 200 pages. In the paper are systemized concepts, methods and tools for their practical application in an open source software environment for data analysis and statistical calculations. The author's main goal, which I believe has been achieved, is to convince those involved in pricing at the company that: "instead of relying on instinct, guesswork, and/or naive mental models, marketing pricing should be data-driven." The great merit of the research is that it not only proves "why" this approach is more correct, but also shows "how" it can be implemented in practice. Topics arising from the fundamental theory of pricing for marketing but amenable to empirical evaluation are covered, such as price awareness, price elasticity, willingness to pay and the price response function, price optimization, and selected issues of price differentiation and personalized pricing. Another important merit of the monograph is the successful combination of theoretical statements with practical solutions realized through modern software tools. The research is of high quality and fully corresponds to the theme of the competition.

The second Prof. Krastevich' monographic work - "Analysis of the market basket with R" (2021, 117 pages) also deserves a high evaluation. Approaches, algorithms, techniques and procedures for the analysis of the market basket with data from sales transactions are studied on it, again through the programming language R. And in this publication, Assoc. Prof. Krastevich asserts his point of view that marketing decisions should be made on the basis of real market data.

In addition to the mentioned monographs, the candidate's developments dedicated to consumer choice studying and predicting and estimating the probability of purchase are of particular interest (publications Г7-3, Г7-7, Г7-14, Г7-15, Г8-2, Г9-2, Г9-5, D9-6, D9-10, D9-13, D9-15, D10-1, D10-2, D10-3, from the author's list), those with a focus on price optimization (D7-2, D7 -8, D7-12 and D9-7) and the publications

exploring the possibilities of increasing the effectiveness of direct marketing programs in a digital environment (publications D7-4, D8-3 and D9-9).

In all his works, the author demonstrates a good knowledge of modern research in the field of marketing and data analysis and the ability to find practical solutions based on theoretical propositions. The candidate's scientific research is supported by appropriate empirical analysis, proving the theoretical conclusions and generalizations.

Another fact that makes an impression is that many of Assoc. prof. Krastevich's publications are collective research on related problems, which is a prerequisite for building a scientific group/school.

Regarding the materials submitted for review, I found no evidence of plagiarism.

Conclusion. The general impression of the research activity of Assoc. prof. Todor Borisov Krastevich is that he has serious scientific achievements, which, as topics, fit into the profile of the competition - marketing. The quantitative parameters of his scientific production significantly exceed the requirements laid down in Art. 2b, para. 2 and 3 of ZRASRB and PPZRASRB (Appendix to Art. 1a, para. 1), and the quality fully corresponds to the established standards for the field. This gives me a reason to give a positive assessment of the candidate's research activity.

7. Scientific contributions of the candidate

Acquainting myself with the works of Assoc. Prof. Krastevich and my personal impressions of some of his researches give me reason to assume that the contributions indicated by him correctly and objectively reflect the results of his scientific work and achievements. Prof. Krastevich's scientific contributions are multifaceted, but in general they can be systematized in two directions.

First, development of marketing theory through:

- Introducing the data-driven approach in marketing (found in all of the candidate's publications).
- Imposing the analytical approach in making price decisions, which is a poorly researched area in the marketing literature (monographic work and publications G7-2, G7-8, G7-12 and G9-7).
- Development of models (empirical verification of existing ones and proposal of new ones) for explaining and predicting consumer choice (G7-3, G7-7, G7-14, G8-2, G9-2, G9-5, G9-6, D9-13, D9-15, D10-1, D10-2, D10-3).
- Use of big data science tools in supporting marketing decisions (G4-1, G7-1, G7-4, G7-6, G8-1, G8-3, G9-1, G9-4, G9-9)

Second, development of marketing management toolkit in the following areas:

- Adapting and testing different methodologies for measuring customer preferences and predicting consumer choice (G9-13, G9-10, G9-6, G9-2, G9-6, G7-4, G7-6).
- Development and testing of various ways for using open source software in solving problems related to price optimization, forecasting the market diffusion of durable goods and the optimal retargeting of users with specific characteristics (B1, D7-1, D7 -2, D7-3, D7-8, D7-9 and D10-3).
- Testing of models with application in marketing management in a specific product-market context – marketing of educational services. Specifically, assessment of needs for educational services, management of relationships with students and measurement, evaluation and monitoring of the individual qualification profile of the student - KVABAR-S methodology (G7-10, G7-11, G9-11, G9-12, G9 -14).

8. Academic reputation of the candidate

My impressions of our long-term joint work with Assoc. prof.r Krastevich give me reason to say that he is an well-known name for those who works in the field of marketing. He enjoys the respect and esteem of all colleagues studying marketing. From a formal point of view, the data provided show that his publications have almost 200 citations, 5 of which are in journals indexed in the SCOPUS and WoS databases, 172 citations in monographs and peer-reviewed journals and 18 citations in non-refereed peer-reviewed journals (Ref. 13). According to data from Goggle Scholar, Prof. Krastevich has a Hirsch index (h-index) of 2.

9. Critical notes and recommendations

I have no critical notes and recommendations for the work of Assoc. Prof. Krastevich. I wish him to keep alive his research interest, openness to new developments in marketing science and dedication to work.

Summary assessment

Everything stated up to this point and my immediate impressions of the candidate give me reason to assert that:

- Assoc. Prof. Todor Borisov Krastevich Ph.D. meets the minimum national requirements for occupying the academic position "professor" in PN.3 Economics, as well as the additional requirements provided for in art. 129, para. 2 from PRAS in D.A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov.
- Todor Borisov Krastevich is a scientist and lecturer with wide fame and indisputable authority in academic circles.

- He has serious capacity as a scientist and teacher and would help to raise the authority of the "Marketing" department and D.A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov, in our country and abroad.

Conclusion. With conviction, I express my opinion that Associate Professor Dr. Todor Borisov Krastevich has the necessary qualities and achievements to occupy the academic position of "PROFESSOR" at the D.A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov, majoring in Marketing. In this regard, I take the liberty of proposing to the respected Scientific Jury and the Faculty Council at the "Management and Marketing" Faculty of the "D.A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov to approve the candidacy of Associate Professor Todor Borisov Krastevich PhD for the academic position "PROFESSOR" in "Marketing".

Svishtov

May 17th 2023

Assoc. prof Ivan Marchevski PhD