

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „ДИМИТЪР А. ЦЕНОВ“ - СВИЩОВ

С Т А Н О В И Щ Е

От: Проф. д-р Веселин Иванов Благоев, Висше училище по мениджмънт, 3.7 Администрация и управление, научна специалност „Маркетинг“

ОТНОСНО: Конкурс за професор в СА „Димитър Ценов“ - Свищов по 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ съгласно Заповед №336/24.04.2023 на Ректора на СА „Д.И.Ценов“, Свищов.

1. Информация за конкурса

Конкурсът е за заемане на академичната длъжност **„професор“** в Стопанска Академия „Димитър А. Ценов“ - Свищов по професионално направление **3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“**. Конкурсът е обнародван в брой 21 от 07.03.2023 г. на ДВ.

Кратка информация за кандидатите в конкурса

Единствен кандидат в конкурса за професор, обявен в ДВ, бр.21 от 07.03.2023 г., е доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич.

Доц. д-р Тодор Кръстевич е Магистър по Икономика и управление на индустрията (1990) от Стопанска Академия „С.А.“Димитър А.Ценов“, Свищов. От 1997 г. е доктор по маркетинг, ВАК. От 1990 до 1999 е последователно асистент и главен асистент в СА.

През 1999 е избран за доцент по маркетинг в Стопанска Академия „С.А.“Димитър А.Ценов“, Свищов.

Участвал е в изследователска програма 12 месеца в Университета Пасау

като докторант (последна година, DAAD); постдокторска програма 6 месеца (PHARE-ACE); три месеца изследователска работа в областта на многомерни аналитични методи в Университета на Кил (TEMPUS); 3 месеца пак в Пасау (DAAD) и многократно по месец и по кратко по линия на CDG обучителни програми Train-the-Trainer в Кьолн, Бон и Тюбинген, както и в индустриални предприятия и в ИНК (Мюнхен). Това са курсове по проблемите на управленското консултиране в различните му аспекти. Тези много на брой участия обясняват предпочитанията на Кръстевич към използване на математически методи в управлението, в частност в маркетинга и темите на последните му две значими по обем монографии, едната от които е хабилитационен труд за конкурса.

Последователно Т. Кръстевич е заемал следните управленски длъжности: Координатор на офис „Образователен маркетинг“ при СА „Д. А. Ценов“ (1999 г. - 2003 г.); Директор на Център за следдипломно и факултативно обучение (2003-2011); Директор на Център за професионално обучение (2005г. - 2011г.); Ръководител катедра „Маркетинг“ при СА „Д.А. Ценов“ – Свищов (2007-2020); Заместник ректор по научноизследователската и проектна дейност на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов (2016-2020).

Той е бил също така Член на постоянната комисия по стопански науки и управление към НАОА (2012 – 2016).

Значителният управленски опит на кандидата, в съчетание с теоретичните му познания, са солидна основа и предпоставка за успешната му преподавателска и изследователска дейност. Следва да се подчертае и свободното владееие на немски, английски и руски езици, както и владееенето на математически и статистически методи, които успешно използва в изследователската и преподавателската си работа. Показателни в това отношение са двете му монографии „Анализ на пазарната кошница с R“ (2021) и „Ценова аналитика с R“ (2022).

2. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност

Кандидатът доц.д-р Тодор Кръстевич отговаря на националните изисквания по чл. 26, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ, съответно с допълнителните изисквания на СА“Д.А.Ценов“ съгласно чл. 26, ал. 5 от ЗРАСРБ за участие в конкурса, като:

2.1.Изпълнение на количествените изисквания

- придобита научна и образователна степен „доктор“;
- заема длъжността „доцент“ в СА“Д.А.Ценов“ от 1999 г.;
- публикувал е монография, представена като основен хабилизационен труд, както и други оригинални научно изследователски трудове.

По групи изисквания от А, Б, В, Г, Д и Е при минимален праг 550 точки доц. Кръстевич има 3348 точки.

Той отговаря и на допълнителните изисквания за СА“Д.А.Ценов“ съгласно ЗРАСРБ (чл. 26, ал. 5) и Правилника за приложението му (чл. 1а., ал. 2-3), отнасящи се до учебната и научно изследователската дейност – за които доц. д-р Кръстевич има 1316 точки.

Общият брой от 3348 точки (три хиляди триста четиридесет и осем) надвишава значително минималните национални изисквания и допълнителните изисквания на СА“Д.А.Ценов“ за длъжността „професор“.

2.2.Изпълнение на качествените изисквания

- Доц. д-р Тодор Кръстевич е утвърден изследовател и автор с приноси в национален и международен план. Доказателства за това са представените от него за конкурса 39 научни публикации, в т.ч. две монографии, едната, от които е представена като хабилизационен труд. Три от публикациите му са в списания от групата Scopus и Web of science.
- Доц. д-р Тодор Кръстевич е изявен преподавател в СА“Д.А.Ценов“.
- Автор е на 15 учебни програми в СА“Д.А.Ценов“, всички в областта на маркетинга.
- Професионалните му и научни интереси са основно в сферата на

изследвания по темата на обявения конкурс, по които са и разработените от него учебни курсове и програми, както и публикациите – монографии, учебници, статии и доклади.

- Характерно е, че на основата на много богатия си изследователски и преподавателски опит той използва активно математически методи и ги обсъжда със студентите, обучавайки ги да ги прилагат в практиката.
- С цялостната си работа доц. д-р Тодор Кръстевич съдейства за развитието на СА“Д.А.Ценов“.

Изпълнението на качествените критерии за заемане длъжността „професор“ показва високото ниво на академична компетентност на кандидата, чиито постижения допринасят за утвърждаване авторитета на СА“Д.А.Ценов“ и на катедра „Маркетинг“.

3. Оценка на учебно-преподавателската дейност за всеки кандидат поотделно

Доц. д-р Кръстевич преподава или е преподавал както следва:

В ОКС „БАКАЛАВЪР“ В СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

- ♣ Основи на маркетинга
- ♣ Маркетингови изследвания II-ра част [до 2021 г.]
- ♣ Емпирични изследователски методи [от 2021 г.]
- ♣ Ценова политика
- ♣ Маркетингова аналитика (с R и Alteryx)

В ОКС „МАГИСТЪР“ В СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

- ♣ Маркетингов инженеринг
- ♣ Аналитично извличане на знания от данни (data mining) [до 2021 г.]
- ♣ Емпирични маркетингови изследвания [до 2021 г.]
- ♣ Медия планиране (до 2021 г.)

♣ Маркетингов практикум (MARKSTRAT)

♣ Прогностичен анализ (с Python) [от 2023 г.]

В ОКС „МАГИСТЪР“ В УНСС – СОФИЯ

♣ Дигитален брандинг

♣ Дигитален маркетинг (от 2023 г.)

В ОКС „МАГИСТЪР“ ВЪВ ВУТП – СОФИЯ

♣ Маркетинг на услуги (до 2022 г.)

♣ Дигитален маркетинг в сектора на услугите.

Изпълнената аудиторна заетост като хабилитирано лице в СА“Д.А.Ценов“ е 2117 часа лекции и упражнения при норматив за този период 1400 часа.

Голямата аудиторна заетост на доц. Кръстевич по направлението на конкурса е доказателство за натрупания опит и постиганото качество в учебно преподавателската му дейност.

Доц. д-р Тодор Кръстевич е бил научен ръководител на седем докторанти от катедра “Маркетинг”, които успешно са защитили и са получили образователната и научна степен „доктор“. Двама от тях са вече избрани за доценти.

На основание на казаното за мен е безспорно, че кандидатът е изцяло подготвен за заемане на академичната длъжност „професор“ по профила на конкурса.

4. Кратка характеристика на представените научни трудове/публикации

Доц. д-р Тодор Кръстевич е представил списък с 39 публикации за участие в конкурса, в т.ч.:

- 1 монография на базата на самостоятелен хабилитационен труд;
- 1 публикувана самостоятелна монография, която не е заявена като хабилитационен труд;

- 3 публикации в научни издания в Scopus и Web of Science;
- 1 публикувана глава от колективна монография;
- Над 30 статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране и в редактирани колективни томове, като 7 от тях са публикувани през последните 5 години;

Съгласно справката доц. д-р Кръстевич е участвал в 3 международни, 7 национални и 15 институционални проекта.

Научно-изследователската му дейност може да се определи в следните направления:

- Използване на математически модели в маркетинга. Приложение на многомерни статистически методи и модели за обясняване и предсказване на потребителския избор - № 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 с публикации.
- Приложение на количествени маркетингови модели за оптимизиране на ценови решения и за подпомагане управлението на цените (трудовете с номера В1, Г7-2, Г7-8, Г7-12 и Г9-7 от списъка с публикации.
- Приложение на принципите, алгоритмите и инструментите на науката за данни за съставяне на дескриптивни и предиктивни модели, подпомагащи вземането на маркетингови решения публикации с номера № Г4-1, Г7-1, Г7-4, Г7-6, Г8-1, Г8-3, Г9-1, Г9-4, Г9-9 от списъка с публикации
- Изследвания в образованието и управление на взаимоотношенията с потребители на образователни продукти - № Г7-5, Г7-9, Г7-10, Г7-11, Г7-13, Г9-3, Г9-8, Г9-11, Г9-12, Г9-14, Г9-15 от списъка с публикации
- Маркетинг мениджмънт във висшето образование, Стратегии на образователната и научна политика – № Г7-5, Г7-13, Г9-3, Г9-11, Г9-12, Г9-14, Г9-15, от списъка с публикации
- Анализ на пазара и потребителското поведение - № Г4-1, Г7-1, Г7-3,

Г10-2, Г10-3 от списъка с публикации

- Ценова политика – № Г7-2 от списъка с публикации

Описаните направления в научно изследователската дейност на доц. д-р Тодор Кръстевич са в съответствие с научната специалност на конкурса. Публикациите се отличават с теоретическа обосновка, практическа насоченост и научна коректност, с което са демонстрирани умения за академичен анализ и заключения.

От справката на цитиранията става ясно, че кандидатът е получил значително обществено признание от апробацията на своите научни публикации у нас и в чужбина.

Тя включва: 195 бр. цитирания в научни издания, в т.ч. 5 в реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация както и 190 цитирания в нереперирани списания с научно рецензиране.

Синтезирана оценка на основните научни и научно-приложни приноси

Съгласен съм с приложената справка за научните и научно-приложни приноси на кандидата.

В съдържанието на публикациите се очертават следните по важни научни и научно приложни резултати:

- Проектиране и емпирично верифициране на поведенчески модели чрез линейно структурно моделиране с латентни променливи (Г8-2, Г9-15, Г10-1)
- Систематизиране на принципите и теоретичните основи на математическото моделиране на потребителското поведение в контекста на теорията на случайната полезност, с фокус, насочен върху иконометрично оценяване на модели с данни от заявени предпочитания и дискретен избор (Г9-2, Г9-10, Г7-3, Г7-7, Г7-6)
- Приложение на принципите, алгоритмите и инструментите на

науката за данни за съставяне на дескриптивни и предиктивни модели, подпомагащи вземането на маркетингови решения (публикации с номера Г4-1, Г7-1, Г7-4, Г7-6, Г8-1, Г8-3, Г9-1, Г9-4, Г9-9).

- Изследвания в образованието и управление на взаимоотношенията с потребители на образователни продукти (Г7-5, Г7-9, Г7-10, Г7-11, Г7-13, Г9-3, Г9-8, Г9-11, Г9-12, Г9-14, Г9-15)
- Адаптиране и апробиране на методологии за измерване на клиентски предпочитания и предсказване на потребителския избор със заявени изборни методи в различен контекст, отчитайки хетерогенността между потребителите (Г9-13, Г9-10, Г9-6, Г9-2, Г9-6, Г7-4, Г7-6)
- Предложена е методология за анализ на взаимодействията между икономически агенти в социални мрежи (Г7-6, Г7-11)
- Демонстрирани са възможности за практическо прилагане на модели за прогнозиране на пазарната дифузия на нови продукти за дълготрайна употреба чрез софтуер с отворен код (Г10-3)
- Предложени са възпроизводими и адаптивни модели за решаване на практическите проблеми, свързани с ценови изследвания и оптимизиране на ценови решения на базата на софтуерни алгоритми с отворен код (В1, Г7-2, Г7-3, Г7-8, Г7-9).
- Предложени са възпроизводими работни процедури за анализ на пазарната кошница с помощта на програмния език R в среда на големи данни (Г4).
- Предложен е прототип на модел за оптимално ретаргетиране на екологично ориентирани потребители, базиран на отворен код (Г7-1).

В областта на управление на висшето образование потвърждавам данните от справка на кандидата както следва:

- Разработена е уеб базирана система за следящи (панелни) изследвания на потребностите от следдипломно обучение и квалификация (Г9-14)

- Апробиран е модел за аналитично управление на взаимоотношенията със студенти чрез предиктивни алгоритми за машинно обучение в конкретен институционален обект от системата на висшето образование (Г9-12, Г7-11);
- Апробиран е модел за анализ на социални мрежи в колаборативна учебна среда (Г9-8,)
- Разработена и внедрена е методика технология за измерване, оценяване и мониторинг на индивидуалния квалификационен профил на студента КВАБАР-С (Г9-11, Г7-10, Г7-10)
- Проведено е национално представително проучване на нагласите на работодателите и очакванията на младите специалисти в България (Г7-5)

Убеден съм, че посочените приноси са лично дело на кандидата. Основание за това ми дава и фактът, че голяма част от представените в конкурса трудове са самостоятелни.

5. Основни критични бележки и препоръки

Нямам критични бележки. Препоръката ми към кандидата е да продължи изследванията си в посока приложение на математически модели за оптимизиране на потребителската политика, ценовата политика и другите елементи на маркетинг микса.

6. Заключение

Кандидатът за академичната длъжност професор доц. д-р Тодор Кръстевич представя научна продукция, която го характеризира като изявен учен с ерудиция, умение да анализира проблемите и да формулира собствени виждания и решения по тях.

Той е утвърден преподавател в областта на научните области, в които работи и публикува, с доказана възможност да обвързва научноизследователската, научно-приложна и учебно преподавателска дейност.

Общата оценка по критериите и показателите за учебната и

научноизследователска дейност показва, че кандидатурата на доц. Кръстевич изцяло отговаря на изискванията за заемане на академичната длъжност „професор“. С пълна убеденост ще гласувам за неговото избиране и препоръчам на Научното жури да избере доц. д-р Тодор Кръстевич за академична длъжност „професор“ по професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“.

18.05.2023, София

Подпис:



BUSINESS ACADEMY "DIMITAR A. TSENOV" - SVISHTOV

О P I N I O N

Of Prof. Dr. Vesselin Ivanov Blagoev, Varna University of Management, 3.7 Administration and Management, scientific field "Marketing".

REGARDING: Contest for the position of professor at "Dimitar Tsenov" SA - Svishtov on 3.8. Economics, scientific field "Marketing", according to Order No. 336/24.04.2023 of the Rector of SA "D.A.Tsenov", Svishtov.

1. Information about the contest

The contest is for the academic position "professor" at the "Dimitar A. Tsenov" Academy of Economics - Svishtov by professional direction 3.8. Economics, scientific field "Marketing". The information for the contest was published in issue 21 of 07.03.2023 of the Official Gazette.

Brief information about the candidates in the competition

The only candidate in the contest for professor, announced in the State Gazette No. 21 of 07.03.2023, is Assoc. Prof. Dr. Todor Borisov Krastevich.

Associate Professor Dr. Todor Krastevich holds a Master's degree in Economics and Industrial Management (1990) from the S.A. Dimitar A.

Tsenov Academy of Economics, Svishtov. Since 1997, he has a doctorate in marketing, VAK. From 1990 to 1999, he was successively Assistant and Chief assistant in SA.

In 1999, he was elected Associate professor of marketing at the S.A. Dimitar A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov.

His academic career includes 12 months in a research program at the University of Passau as a PhD student (final year, DAAD); postdoctoral program 6 months (PHARE-ACE); three months of research work in the field of multivariate analytical methods at the University of Kiel (TEMPUS); 3 months again in Passau (DAAD) and several times for a month and for a short time in line with CDG Train-the-Trainer training programs in Cologne, Bonn and Tübingen, as well as in industrial enterprises and in the IHK (Munich). These are courses on the problems of management consulting in its various aspects. These numerous participations explain Krastevich's preference for using mathematical methods in management, in particular in marketing, and the topics of his last two monographs, one of which is a habilitation thesis for the competition.

T. Krastevich has successively held the following management positions: Coordinator of the "Educational Marketing" office at SA "D. A. Tsenov" (1999 - 2003); Director of the Center for Postgraduate and Optional Studies (2003-2011); Director of the Professional Training Center (2005 - 2011); Head of the "Marketing" department at the SA "D.A. Tsenov" - Svishtov (2007-2020);

Deputy rector for research and project activities of the SA "D. A. Tsenov" – Svishtov (2016-2020).

He was also a Member of the Standing Committee on Economic Sciences and Management at NAOA (2012 – 2016).

The candidate's significant management experience, combined with his theoretical knowledge, are a solid foundation and prerequisite for his successful teaching and research activities. It should also be emphasized his fluency in German, English and Russian languages, as well as the expertise in applying mathematical and statistical methods, which he successfully uses in his research and teaching work. His two monographs "Market Basket Analysis with R" (2021) and "Price Analytics with R" (2022) are indicative in this regard.

2. Fulfillment of the requirements for occupying the academic position

The candidate, Assoc. Ph.D. Todor Krastevich meets the national requirements under Art. 2b, section 2 and 3 of ZRASRB, respectively with the additional requirements of SA "D.A. Tsenov" according to Art. 2b, section 5 of ZRASRB for participation in the competition, such as:

2.1. Fulfillment of quantitative requirements

- acquired scientific and educational degree "PhD";
- held the position of "Associate professor" in SA "DA Tsenov" since 1999;
- has published a monograph presented as the main habilitation work, as well as other original scientific research works.

According to groups of requirements from A, B, C, D, D and E, with a minimum threshold of 550 points, Associate Professor Krastevich has 3348 points.

He also meets the additional requirements for SA "D.A. Tsenov" according to ZRASRB (Art. 26, Para. 5) and the Regulations for its application (Art. 1a., Para. 2-3), relating to educational and scientific the research activity - for which Prof. Dr. Krastevich has 1316 points.

The total number of 3348 points (three thousand three hundred and forty-eight) significantly exceeds the minimum national requirements and the additional requirements of SA "D.A. Tsenov" for the position of "professor".

2.2. Fulfillment of quality requirements

- Associate Professor Dr. Todor Krastevich is an established researcher and author with national and international contributions. Evidence of this are the 39 scientific publications he submitted for the competition, including two monographs, one of which is presented as a habilitation thesis. Three of his publications are in Scopus and Web of science journals.
- Assoc. Dr. Todor Krastevich is a prominent teacher at SA "D.A. Tsenov".
- He is the author of 15 training programs at SA "DA Tsenov", all in the field of marketing.
- His professional and scientific interests are mainly in the field of research on the topic of the announced competition, including the educational courses

and programs developed by him, as well as the publications - monographs, textbooks, articles and reports.

- It is specific that, based on his rich research and teaching experience, he actively uses mathematical methods and discusses them with students, teaching them to apply them in practice.
- With his overall work, Assoc. Dr. Todor Krastevich contributes to the development of SA "D.A. Tsenov".

The fulfillment of the qualitative criteria for holding the position of "professor" shows the high level of academic competence of the candidate, whose achievements contribute to establishing the authority of SA "D.A. Tsenov" and the "Marketing" department.

3. Assessment of teaching and learning activity for each candidate separately

Prof. Dr. Krastevich teaches or has taught as follows:

IN OKS "BACHELOR" IN BUSINESS ACADEMY "D. A. TSENOV" - SVISHTOV

- ♣ Basics of Marketing
- ♣ Marketing Research Part II [until 2021]
- ♣ Empirical research methods [from 2021]
- ♣ Pricing policy
- ♣ Marketing analytics (with R and Alteryx)

IN OKS "MASTER" IN ECONOMIC ACADEMY "D. A. TSENOV" - SVISHTOV

- ♣ Marketing engineering
- ♣ Analytical extraction of knowledge from data (data mining) [until 2021]
- ♣ Empirical Marketing Research [by 2021]
- ♣ Media planning (until 2021)
- ♣ Marketing practicum (MARKSTRAT)
- ♣ Predictive analytics (with Python) [from 2023]

IN "MASTER'S" SCHOOL IN UNWE - SOFIA

- ♣ Digital branding
- ♣ Digital Marketing (from 2023)

IN "MASTER'S" SCHOOL IN VUTP - SOFIA

- ♣ Marketing of services (by 2022)
- ♣ Digital marketing in the service sector.

The completed classroom employment as a habilitated person in SA "D.A. Tsenov" is 2117 hours of lectures and exercises with a norm for this period of 1400 hours.

Assoc. Prof. Krastevich's large classroom workload in the direction of the competition is proof of the accumulated experience and the achieved quality in his educational and teaching activities.

Associate Professor Dr. Todor Krastevich was the supervisor of seven PhD students from the "Marketing" department, who successfully defended and received the educational and scientific degree "doctor". Two of them have already been employed as associate professors.

On the basis of what has been said, it is indisputable to me that the candidate is fully prepared to occupy the academic position of "professor" according to the profile of the competition.

4. Brief description of the presented scientific works/publications

Associate Professor Dr. Todor Krastevich presented a list of 39 publications for participation in the competition, including:

- 1 monograph based on an independent habilitation work;
- 1 published independent monograph, which is not claimed as a habilitation work;
- 3 publications in scientific publications in Scopus and Web of Science;
- 1 published chapter of a collective monograph;
- Over 30 articles and reports published in non-refereed peer-reviewed journals and edited collective volumes, 7 of which were published in the last 5 years;

According to the reference, Prof. Dr. Krastevich participated in 3 international, 7 national and 15 institutional projects.

His research activity can be defined in the following directions:

- Use of mathematical models in marketing. Application of multidimensional statistical methods and models for explaining and predicting consumer choice - No. Д7-3, Д7-7, Д7-14, Д7-15, Д8-2, Д9-2, Д9-5, Д9-6, Д9- 10, Д9-13, Д9-15, D10-1, D10-2, D10-3 from the list of publications.
- Application of quantitative marketing models to optimize pricing decisions and to support price management (papers with numbers B1, Г7-2, Г7-8, Г7-12 and Г9-7 from the list of publications.
- Application of the principles, algorithms and tools of data science to build descriptive and predictive models supporting marketing decision-making publications with numbers Г4-1, Г7-1, Г7-4, Г7-6, Г8-1, Г8 -3, Д9-1, Д9-4, Д9-9 from the list of publications
- Research in education and management of relationships with users of educational products - No. Д7-5, Д7-9, Д7-10, Д7-11, Д7-13, Д9-3, Д9-8, Д9-11, Д9-12 , Д9-14, Д9-15 from the list of publications
- Marketing Management in Higher Education, Strategies of Educational and Scientific Policy - No. Д7-5, Д7-13, Д9-3, Д9-11, Д9-12, Д9-14, Д9-15, from the list of publications
- Analysis of the market and consumer behavior - No. D4-1, D7-1, D7-3, D10-2, D10-3 from the list of publications
- Pricing policy - No. G7-2 from the list of publications

The described directions in the scientific research activity of Assoc. Dr. Todor Krastevich are in accordance with the scientific specialty of the competition.

The publications are distinguished by theoretical justification, practical orientation and scientific correctness, which demonstrate skills for academic analysis and conclusions.

From the reference of the citations, it is clear that the candidate has received significant public recognition from the approbation of his scientific publications at home and abroad.

It includes: 195 citations in scientific publications, including 5 in referenced and indexed in world-renowned scientific information databases as well as 190 citations in non-refereed peer-reviewed journals.

Overall evaluation of the main scientific and scientific-applied contributions

I agree with the attached reference for the applicant's scientific and scientific-applied contributions.

In the content of the publications, the following important scientific and scientifically applied results are outlined:

- Design and empirical verification of behavioral models through linear structural modeling with latent variables (D8-2, D9-15, D10-1)
- Systematization of the principles and theoretical foundations of mathematical modeling of consumer behavior in the context of random utility theory, with a focus on econometric evaluation of models with data from stated preferences and discrete choice (D9-2, D9-10, D7-3 , D7-7, D7-6)

- Application of data science principles, algorithms and tools to build descriptive and predictive models supporting marketing decision-making (publications numbered Г4-1, Г7-1, Г7-4, Г7-6, Г8-1, Г8 -3, D9-1, D9-4, D9-9).
- Research in education and management of relationships with users of educational products (D7-5, D7-9, D7-10, D7-11, D7-13, D9-3, D9-8, D9-11, D9-12, D9-14, D9-15)
- Adapting and testing methodologies for measuring customer preferences and predicting user choice with stated choice methods in different contexts, taking into account the heterogeneity between users (D9-13, D9-10, D9-6, D9-2, D9-6, D7 -4, D7-6)
- A methodology for the analysis of interactions between economic agents in social networks is proposed (G7-6, G7-11)
- Possibilities for practical application of models for forecasting the market diffusion of new durable products through open source software are demonstrated (G10-3)
- Proposed reproducible and adaptive models for solving practical problems related to price research and optimization of price decisions based on open-source software algorithms (B1, Г7-2, Г7-3, Г7-8, Г7-9).
- Proposed reproducible work procedures for market basket analysis using the R programming language in a big data environment (D4).
- A prototype model for optimal retargeting of ecologically oriented users based on open source is proposed (G7-1).

In the field of higher education management, I confirm the data from the applicant's reference as follows:

- A web-based system has been developed for follow-up (panel) studies of postgraduate training and qualification needs (G9-14)
- A model for analytical management of relationships with students through predictive algorithms for machine learning was approved in a specific institutional object of the higher education system (G9-12, G7-11);
- A model for analyzing social networks in a collaborative learning environment was approved (D9-8,)
- A technology methodology was developed and implemented for measuring, evaluating and monitoring the individual qualification profile of the student KVABAR-C (G9-11, G7-10, G7-10)
- A nationally representative survey of the attitudes of employers and the expectations of young professionals in Bulgaria (G7-5)

I am convinced that the said contributions are the personal work of the candidate. The reason for this is also the fact that a large part of the works presented in the competition are independent.

5. Main critical remarks and recommendations

I have no critical notes. My recommendation to the candidate is to continue his research in the direction of applying mathematical models to optimize consumer policy, price policy and other elements of the marketing mix.

6. Conclusion

The candidate for the academic position of professor, associate professor Dr. Todor Krastevich presents a scientific production that characterizes him as an eminent scientist with erudition, the ability to analyze problems and formulate his own views and solutions on them.

He is an established teacher in the field of scientific fields in which he works and publishes, with a proven ability to combine scientific research, scientific-applied and educational teaching activities.

The overall evaluation of the criteria and indicators for the educational and research activity shows that the candidacy of Assoc. Prof. Krastevich fully meets the requirements for occupying the academic position of "professor". With complete conviction, I will vote for his election and recommend to the Scientific Jury to elect Associate Professor Dr. Todor Krastevich for the academic position of "Professor" in the professional direction 3.8 Economics, scientific specialty "Marketing".

15.05.2023, Sofia

Signature:

