

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Свободка Генчева Класова, УНСС, катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, научна специалност: (Маркетинг -Ценова политика), шифър 05.02.26

Относно: конкурс за доцент по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг- маркетингови комуникации и изследвания) в БСУ

1. Информация за конкурса

Конкурсът е обявен за нуждите на БСУ (ЦИУН) за академичната длъжност доцент по чл.67, ал.1, т.1 от КТ по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг - маркетингови комуникации и изследвания) - („Държавен вестник”, бр. 62 / 01.08.2017 г.)

Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед № УМО-11./ 29.09.2017 на Ректора на УНСС.

2. Кратка информация за кандидата в конкурса

В обявения конкурс за получаване на академичната длъжност „доцент“ по научната специалност Маркетинг -маркетингови комуникации и изследвания, шифър 05.02.26 участва един кандидат – гл. ас. д-р Атанас Денев Луизов. Той работи като преподавател по маркетинг в БСУ (ЦИУН) от 1998 г., като до м. март 2000 г. е хоноруван асистент, а от април 2000 г. и до днес е главен асистент.

3. Изпълнение на основните изисквания за заемане на академичната длъжност

В настоящото становище се съдържат аргументи в полза на положителната ми оценка на кандидата. Те са изведени при съблюдаване на изискванията към кандидатите, регламентирани в Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника за неговото приложение, както и изискванията на ЦИУН при прилагане на ЗРАСРБ и Правилника на БСУ. Становището е съобразено с изложеното в предоставените от кандидата документи за участие в конкурса. Те са прилежно оформени и подредени, което улеснява членовете на журито при изготвяне на техните рецензии и становища.

Гл. ас. д-р Атанас Денев Луизов участва в конкурса с 1 публикуван самостоятелен монографичен труд, който представлява синтез и обобщение на досегашната изследователска работа на кандидата, Той е рецензиран от двама хабилитирани рецензенти и е в обем от 10 издателски коли.

Гореизложеното ми дава основание да отбележа, че гл. ас. д-р Атанас Денев Луизов отговаря относно стаж и публикувана монография на задължителните изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“.

4. Оценка на учебно-преподавателската дейност на кандидата

За периода 2012 г. - 2018 г. гл. ас. д-р Атанас Луизов има учебна аудиторна натовареност 2361 часа, които надхвърлят значително изискването за отработени 1000 аудиторни часа след придобиване на образователната и научна степен „доктор“

(2011г.). Като шатен преподавател по маркетинг в ЦУИН д-р Луизов чете лекции и провежда семинарни упражнения по дисциплините: „Комуникационна политика“ (бакалавърска и магистърска програми); „Управление на продажбите“ и „Маркетинг“ (бакалавърски програми); „Анализ на тактическата и оперативна маркетингова информация“ (магистърска програма). Той преподава дисциплината: „Реклама и планиране на рекламна кампания“ по бакалавърска програма в ЦХН към БСУ.

По наименования и съдържание посочените дисциплини съответстват на направлението на обявения конкурс.

Гл. ас. д-р Атанас Луизов е провел 6 научни ръководства на магистърски тези. Творческата активност на кандидата за доцент се проявява и при подготовянето на 7 учебни курса, включени в платформи за електронно обучение: два по „Комуникационна политика“, „Управление на продажбите“, „Реклама и планиране на рекламна кампания“, „АТОМИ“, „Маркетинг“ и „Семестриален проект по Маркетинг“. За провеждането на двата курса са разработени съответни учебни програми. Те, както и учебникът по „Маркетингови комуникации“, осигуряват сравнително добра информационна обезпеченост на изучаваните и преподавани от него дисциплини.

Владеенето на чужди езици (английски и руски) е добър атестат за кандидата за доцент, защото подпомата неговата учебна и преподавателска дейност. В същата посока действат компютърните му умения. Д-р Атанас Луизов има две специализации

3 г. – “Model Thinking” (през платформата за онлайн обучения и специализации Coursera) и е придобил сертификата за Google AdWords expert.

Добрият преподавателски опит на кандидата се потвърждава от неговото участие в следните мобилности с цел преподаване по програма „Еразъм“: Политехнически институт в гр. Бежа, Португалия – 21ч. лекции; Университети в гр. Барселона, Испания и в гр. Будапеща, Унгария – по 5ч.

5. Кратка характеристика на представените научни трудове/публикации

За участието в конкурса д-р Атанас Луизов е представил списък с 28 заглавия на публикации. От тях: 1 монография, 1 самостоятелен учебник, 1 студия (в съавторство), 11 статии (5 самостоятелни и 6 в съавторство) и 14 доклада (5 самостоятелни и 9 в съавторство).

Учебникът с обем 8,8 коли е върху дисциплина, изучавана в ЦИУН. Публикациите (студия, статии, доклади) са 26 с общ обем от 10,8 издателски коли. Преобладават съвместно разработените публикации - 16 при 10 самостоятелни. 3 статии и 1 доклад са публикувани извън България.

Способността на д-р Атанас Луизов да съчетава теорията с практиката е демонстрирана чрез активното му участие в разработването на проекти в областта на обявени конкурси - общо 20 проекта (при задължителни 3 участия за заемане на академичната длъжност „доцент“), от които 14 национални, 2 международни и 4 университетски. В тях той е изпълнявал ролята на академичен наставник, експерт и

преподавател. Повечето резултати от изследванията са използвани в маркетинговата практика.

Научно-изследователската работа на Атанас Денев Луизов е фокусирана върху маркетинговите комуникации и изследвания. Проблематиката е обширна и взаимнообусловена, което не позволява детайлно разграничаване, но въпреки това могат да се открият следните направления:

- **първо:** интегрирани маркетингови комуникации (№ 3.1, 3.2 от списъка).
- **второ:** бранд (№ 3.1, 3.2, 3.9, 3.15, 3.19 от списъка).
- **трето:** потребителски избор, поведение и преживяване (№ 3.1, 3.3, 3.7, 3.8, 3.13, 3.15, 3.19, 3.28 от списъка).
- **четвърто:** маркетингови изследвания – модели и методи (№ 3.10, 3.1, 3.18, 3.22, 3.23, 3.24, 3.25, 3.27 от списъка).
- **пето:** реклама - (№ 3.14, 3.5 от списъка).

Общият брой цитирания на кандидата са 3, от които 2 в научни издания в България и 1 – в чужбина .

От казаното следва, че кандидатът е получил обществено признание от апробацията на своите научни публикации не само у нас, но и в чужбина.

Участието на кандидата в конкурса е с достатъчна по брой и по обем научна продукция, публикувана в специализирани авторитетни научни издания. Всички публикации са свързани с темата и направлението на обявения конкурс. Те не повтарят тези, посочени при придобиването на образователната и научна степен „доктор“.

6. Оценка на основните научни и научно-приложни приноси на кандидата

Кандидатът за заемане на академичната длъжност „доцент” гл. ас. д-р Атанас Луизов е заявил приноси, постигнати в неговата научно-изследователска работа, които не пораждаат никакви възражения. Те се отнасят предимно до методологията и практическата стойност, която се измерва не само с преподавателската му работа, а с широкото ѝ използване в маркетинговата политика на фирмите.

Теоретични приноси:

Обогатяване на маркетинговата теория в областта на маркетинговите комуникации с поставен акцент върху систематизация на дефинициите в областта на точките на контакт с бранда. Изведени са основни критерии за оценка и управление на точките на контакт.

Методологични и методични приноси:

Въз основа на резултати от емпиричните изследвания, които се съдържат в публикации и проекти, са разработени и приложени следните методики:

1. За оценка и управление на точките на контакт.
2. За оценка на мотивите за избор на ВУ чрез използване на подхода „средство-цел“.

3. За оценка на лоялността на потребителите, използвайки класификация „поведение-нагласи“
4. За оценка на разминаванията между очакванията и възприятията на граждани от трети страни.
5. За изчисляване на Индекс на потребителска удовлетвореност.
6. Приложени са средствата на ANN (Artificial Neural Networks) и генетични алгоритми за сегментиране на пазара и анализ на процеса на вземане на решение за покупка.

Практико приложни приноси

Те могат да се представят в два аспекта:

първо: апробиране на разгледаните модели, методики и подходи в маркетинговата практика.

второ: приложение на научните знания в обучението на студентите чрез разработените от кандидата учебник по Комуникационна политика и 7 електронни курса.

7. Основни критични бележки и препоръки

Бележките са с характер на препоръки относно бъдещите научни изследвания на кандидата за доцент:

първо: да засили участието си в учебници и учебни помагала по маркетинговите изследвания, като използва натрупания и отразен в публикациите опит в тази област.

второ: считам, че потенциалът на гл.ас. д-р Атанас Луизов му позволява в бъдеще да постави акцент върху самостоятелните разработки.

8. Лични впечатления

Познавам лично д-р Атанас Луизов като съзнателен, отговорен и задълбочен изследовател с научен потенциал и преподавателски възможности. Актуалност на разглежданата проблематика, аналитичност и креативност са типични характеристики на научната му дейност.

9. Заключение

Общата оценка по критериите и показателите за учебната и научноизследователска дейност показва, че кандидатурата на гл. ас. д-р Атанас Денев Луизов изцяло отговаря на изискванията за заемане на академичната длъжност „доцент“. Това ми дава основание да препоръчам на научното жури да избере гл. ас. д-р Атанас Луизов за академична длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност Маркетинг - маркетингови комуникации и изследвания – шифър 05.02.26.

Дата / място
28 ноември 2017 г.
София

Подпис:
Проф.д-р С. Класова