

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Иванка Милкова Костова,
Пловдивски университет „Паисий Хилендарски”
Факултет по икономически и социални науки
катедра „Маркетинг и МИО”

ОТНОСНО: Конкурс за заемане на академичната длъжност „професор” на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски” по:
област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки;
професионално направление: 3.8. Икономика (Маркетинг – Реклама, Връзки с обществеността, Комуникационна политика).

В конкурса за „професор”, обявен в ДВ бр.46 от 09.06.2017г. и в интернет-страницата на Пловдивския университет за нуждите на катедра „Маркетинг и МИО” към Факултет по икономически и социални науки, като кандидат участва доц. д-р Велин Стефанов Станев от катедра „Маркетинг и МИО” на ФИСН при ПУ „Паисий Хилендарски”.

I. Общо представяне на процедурата и кандидата

Със заповед № Р33 - 9367 от 08.09.2017г. на Ректора на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски” съм определена за член на научното жури на конкурс за заемане на академичната длъжност „професор” в ПУ по област на висше образование: **3. Социални, стопански и правни науки; професионално направление: 3.8. Икономика (Маркетинг – Реклама, Връзки с обществеността, Комуникационна политика),** обявен за нуждите на катедра „Маркетинг и МИО” към Факултета по икономически и социални науки.

За участие в обявения конкурс е подал документи единствен кандидат: доц. д-р Велин Стефанов Станев от Пловдивски университет „Паисий Хилендарски”.

Представеният от кандидата комплект материали е в съответствие с Правилника за развитие на академичния състав на ПУ.

Велин Станев е **доктор** на ВАК по *Журналистика (Масова комуникация)* и **доцент** по *Бизнес комуникация (Реклама, PR)* във *Факултета по икономически и социални науки* на ПУ „П. Хилендарски”, радио водещ, журналист, художник, китарист и рок енциклопедист.

Той е бивш *Програмен директор* на **Радио TNN**. Автор е на 9 книги, десетки научни и стотици публикации в националния и регионалния печат (“Марица”, “Новинар”, “Провинция”, “Искра”, “Ролис”, “Паралел 42”,...), член е на *Дружеството на Пловдивските писатели*, *Съюза на учените* и *Съюза на икономистите*, сътрудник е на **БНР** програма **Христо Ботев** и **Радио Пловдив**.

Носител е на награда **ПЛОВДИВ** в категория *Журналистика* за авторската си колонка във вестник „Пловдивски труд” **Дневник на Гизихта** (2005), на награди на Дружеството на пловдивските писатели за книгите „Гизихти” (2010) и „Американското форматно радио (Аспекти на развоя и програмирането)” (2007) и на награда на Съюза на българските писатели за сборника с разкази **ЛЮБoff** (2004).

Автор е на първата в страната авторска енциклопедична книга за рок-музика **Превъплъщенията на хевиметъла** (1993).

Негови разкази, както и рецензии за тях са публикувани в “Дневен Труд”, “Литературен вестник”, “Литературен глас”, “Словото”, „Факел” и различни литературни сайтове в мрежата.

Автор е на многобройни текстове за рок и поп групи и изпълнители, включително на текста на *Детския химн* на Пловдив.

II. Обща характеристика на дейността на кандидата

Чете **11 самостоятелно разработени** лекционни курса в бакалавърските и магистърските програми на пет факултета на Пловдивския университет „П. Хилендарски” (Факултет по икономически и социални науки (ФИСН), Философско-исторически факултет (ФИФ), Химически факултет, Педагогически факултет, Филологически факултет). Във ФИСН чете лекции по „Комуникации и комуникационна политика“, „Бизнес комуникации и връзки с обществеността“, „Реклама и рекламна политика“, „Основи на масовата комуникация“ с натовареност 360 учебни часа лекции.

Ръководител е на Магистърска Програма „Медийна комуникация (Журналистика, реклама, PR) към ФИФ и „Бизнес комуникация и връзки с обществеността” към ФИСН.

Автор е на 5 монографии и студии, 1 учебник, 23 научни статии и доклади и други, свързани с PR 1. Общо 1130 страници.

Участва в 6 научно-изследователски проекта, на два от които е ръководител.

Ръководител е на един успешно защитил докторант.

Има научно-организаторски и административен опит.

Научните интереси на кандидата са в областта на

- теорията на междуличностната и масовата комуникация,
- рекламата,
- връзките с обществеността,
- потребителското поведение,
- и интегрираните маркетингови комуникации.

Представените за съответния конкурс публикации са именно в тази посока.

Приносите на кандидата могат да се синтезират така:

1. Приноси в доразвиването и доуточняване на теорията и практиката на PR

- Оспорен е смисълът на българския превод на словосъчетанието Public Relations, водещ до смесване на същността на връзките с обществеността с техните аспекти. Направен е опит за предефиниране на ВО.
- Направен е опит и за откриването и параметризирането на проблемните области в количественото и качествено оценяване на PR. Изведени и анализирани са базови концептуални модели за оценка.
- Предложен е авторски концептуален модел за управление на PR.
- Отрича се използваният в учебниците по PR израз „организациите и техните публики”, защото „публика” е термин, нямащ нищо общо с онова, което пиаролозите влагат в него, и е предложена алтернатива.
- Потърсени са социологическите, икономическите, културологичните и комуникативните корени на сблъсъка на рекламата с PR. Доказва се, че повечето от тъй наречените PR превъзходства са несъществуващи.

2. Приноси в доразвиване и доуточняване на теорията и практиката на рекламата

- Оспорена е адекватността на една от най-важните концепции в рекламирането от първата половина на XX век (за УТП на Росър Рийвс) и е изведена тезата, че именно тя ражда творчеството и оригиналността в рекламирането, срещу които Рийвс се бори.

- Оспорено е съществуването и функционалността на подсъзнателното рекламиране.
- Оспорена е универсалната роля на цветовете в рекламирането, като схващанията за цветовото въздействие са обогатени с познания за изобразителното изкуство и филологията.
- Открити и разграничени са типологичните характеристики на модерния и постмодерния светоглед и потребителските им доминанти, както и модерната и постмодерната научна методология в изследването на потребителското поведение.
- Развита е идеята за човешкото тяло като конгломерат от две естествени и взаимосвързани същности – физическа и социална, чието взаимодействие е реактив за потребление, влияещо върху появата на пазари и индустрии.

3. Приноси в доразвиване и доуточняване на теорията и практиката на междуличностната и масовата комуникация

- Разработен е авторски комуникационен модел, разбираем и удобен при усвояването на материята.
- Фундаментални знания от комуникационната теория са интегрирани в рекламната комуникация.

III. Критични бележки и препоръки

Препоръките ми към доц. д-р Велин Станев са да продължи да работи в областта на бизнес комуникациите и връзките с обществеността и повече публикации в базите данни на WEB OF SCIENCE, SCOPUS и други бази данни.

Заклучение

Представените от доц. д-р Велин Стефанов Станев материали отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на ПУ "Паисий Хилендарски".

Кандидатът в конкурса е представил достатъчен брой научни трудове, публикувани след материалите, използвани при защитата на ОНС „доктор” и „доцент“. В работите на кандидата има оригинални научни и приложни приноси като някои от тях са публикувани в списания и научни сборници. Теоретичните му разработки имат възможност за приложение в практиката. Научната и преподавателска квалификация на кандидата е несъмнена.

Постигнатите от доц. д-р Велин Стефанов Станев резултати в учебната и научноизследователската дейност, напълно съответстват на специфичните изисквания на Факултета по икономически и социални науки, приети във връзка с Правилника на ПУ за приложение на ЗРАСРБ.

След запознаване с представените в конкурса материали, анализ на тяхната значимост и съдържащи се в тях научни, научно-приложни и приложни приноси, намирам за основателно да дам своята положителна оценка и да препоръчам на Научното жури да изготви доклад-предложение до Факултетния съвет на ФИСН за избор на доц. д-р Велин Стефанов Станев на академичната длъжност „професор” в ПУ "П. Хилендарски" по област на висше образование **3. Социални, стопански и правни науки; професионално направление: 3.8. Икономика (Маркетинг – Реклама, Връзки с обществеността, Комуникационна политика).**

02.10.2017г.

Изготвил становището:

/проф. д-р Иванка Костова/

