

## СТАНОВИЩЕ

От: *доц. д-р Татяна Нейчева Нецева-Порчева*  
*научна организация: Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“*  
*научна специалност: Маркетинг*

Относно: *участие в конкурс за заемане на академичната длъжност ‘професор’ в Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“*

### 1. Информация за конкурса

Конкурсът за заемане на академичната длъжност ‘професор’ в Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“ (ПУ), по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг – Реклама, Връзки с обществеността, Комуникационна политика) за нуждите на катедра „Маркетинг и МИО“ към Факултета по икономически и социални науки (ФИСН), е обявен в Държавен вестник, бр. 46 от 9 юни 2017 г. и на интернет-страницата на ПУ „Паисий Хилендарски“.

Основание за изготвяне на настоящото становище е Заповед № Р33-4367/08.09.2017 г. на Ректора на ПУ „Паисий Хилендарски“, с която съм определена за член на научното жури в обявения конкурс.

За участие в конкурса е подал документи един кандидат – доц. д-р Велин Стефанов Станев от ПУ "Паисий Хилендарски".

### 2. Общо представяне на получените материали

Представеният от доц. д-р Велин Станев комплект материали за кандидатстване в конкурса удостоверяват, че формално кандидатът за ‘професор’ отговаря на изискванията за развитие на академичния състав (приети с решение на Факултетния съвет на Факултета по икономически и социални науки с протокол №57 от 26.06.2010 г.) и на допълнителните изисквания за заемане на академичната длъжност ‘професор’ (към чл. 67 от ПРАСПУ).

### 3. Кратки биографични данни на кандидата

Доц. д-р Велин Станев е завършил „Българска филология“ в ПУ „Паисий Хилендарски“ и е специализирал „Журналистика“ в същия университет. През периода 2003 – 2005 г. е преподавател в специализация „Журналистика“ на Свободния факултет на ПУ „Паисий Хилендарски“. От 2005 до 2008 г. е координатор, втори ръководител и хоноруван преподавател в

Магистърска програма „Медийна комуникация“ към Философско-исторически факултет (ФИФ) на ПУ „Паисий Хилендарски“. От 2008 г. е доктор по научната специалност 05.04.10 Журналистика (Масова комуникация). От тогава започва преподавателската му дейност в ПУ „Паисий Хилендарски“ към катедра „Маркетинг и МИО“, ФИСН, където последователно заема академичните длъжности: асистент (2008 – 2009 г.), главен асистент (2009 – 2012 г.) и доцент в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки по професионално направление 3.7. Администрация и управление, научна специалност „Бизнес комуникация и връзки с обществеността“ (2012 – до момента). От 2010 г. до момента, доц. д-р Велин Станев е и хоноруван преподавател в ПУ „Паисий Хилендарски“ – филиал Смолян.

Доц. д-р Велин Станев заема редица административни длъжности в ПУ „Паисий Хилендарски“: ръководител на комисията по атестирането на академичния състав на ФИСН (2012 – 2015 г.), член на Факултетен съвет на ФИСН (2012 – до момента) и член на Академичния Съвет на ПУ „Паисий Хилендарски“ (2015 – до момента).

Велин Станев е и ръководител на две магистърски програми: магистърска програма „Медийна комуникация“ към Философско-исторически факултет (2009 г. – до момента) и на магистърска програма „Бизнес комуникация и връзки с обществеността“ към ФИСН (2012 - до момента).

Кандидатът за заемане на академичната длъжност ‘професор’ е член на Съюз на учените в България, член на Съюз на българските икономисти и член на Дружеството на пловдивските писатели.

Доц. д-р Велин Станев има и богат журналистически стаж: автор е на многобройни музикални и социални публикации в списание Мелодия, вестниците Меридиан Рок Шоу, Искра, Провинция, Ролис, Паралел 42 и други регионални и национални издания (1988 – 1995 г.) и на музикални страници във вестник Новинар (1994 – 1996 г.) и във вестник Марица (1994 – 1999 г.); програмен директор, водещ, редактор, рекламен консултант и копирайтър е в Радио ТНН, Пловдив (1999 – 2003 г.); Пловдивски културен хроникьор е към БНР, програма Христо Ботев (2004 – 2010 г.) и е водещ на седмично авторско предаване в БНР, радио Пловдив (2004 – до момента).

*Биографичните данни на доц. д-р Велин Станев го представят като преподавател, администратор и журналист с разнообразни интереси, които взаимно се допълват и намират своето съвкупно проявление в областта на медиите, бизнес комуникациите и връзките с обществеността.*

#### 4. Обща характеристика на дейността на кандидата

##### 4.1. Оценка на учебно-педагогическа дейност

###### 4.1.1. Учебни пособия

Кандидатът за заемане на академичната длъжност ‘професор’ в ПУ „Паисий Хилендарски“ има издаден един самостоятелен учебник, свързан с предмета на обявения конкурс - *Рекламната комуникация*. П: УИ „П. Хилендарски“, 2014 г., 184 стр. и три монографични труда, които неслучайно споменавам в частта за оценка на учебно-педагогическа дейност на доц. д-р Велин Станев, а защото съдържанието им е пряко ориентирано към учебния процес по три от дисциплините, които преподава: Реклама и рекламна политика, Връзки с обществеността и Бизнес комуникация и връзки с обществеността.

Учебникът *Рекламната комуникация* включва базов минимум от познания в областта на комуникацията, разглежда компонентите на комуникационния процес в рекламен контекст и акцентира от една страна върху „неограничените“ възможности на интернет за реклама, а от друга върху опасностите, които мрежата крие при масовата и междуличностната комуникация. Учебникът е написан на достъпен стил, интересно и провокативно. След всяка тема има въпроси за самоподготовка, а в края на учебника са включени три примерни теста, които позволяват на студентите да проверят до колко са усвоили учебния материал.

###### 4.1.2. Лекционни курсове

Доц. д-р Велин Станев чете 11 самостоятелно разработени лекционни курса в програми предназначени за студенти в ОКС ‘бакалавър’ и ОКС ‘магистър’ в пет факултета на ПУ „Паисий Хилендарски“: Факултет по икономически и социални науки (ФИСН), Филологически факултет (ФФ), Философско-исторически факултет (ФИФ), Педагогически факултет (ПФ) и Химически факултет (ХФ) (Таблица 1).

**Таблица 1.** Разработени собствени лекционни курсове от доц. д-р Велин Станев

| Наименование на курса                           | ОКС                   | Факултет                 |
|---|-----------------------|--------------------------|
| 1. Комуникация и комуникационна политика        | бакалавър             | ФИСН, ФФ, ХФ             |
| 2. Бизнес комуникация и връзки с обществеността | бакалавър             | ФИСН, ФФ                 |
| 3. Реклама и рекламна политика                  | бакалавър<br>магистри | ФИСН, ФФ, ФИФ,<br>ПФ, ХФ |
| 4. Връзки с обществеността                      | бакалавър<br>магистър | ФИСН, ФФ, ФИФ,<br>ХФ     |
| 5. Имиджмейкърство                              | магистър              | ФИФ                      |
| 6. Увод в комуникацията                         | бакалавър<br>магистър | ФИФ, ПФ                  |
| 7. Основи на масовата комуникация               | бакалавър             | ФИСН                     |
| 8. Социология на масовата комуникация           | магистър              | ФИСН                     |
| 9. Радиопрограмиране и управление               | магистър              | ФИФ                      |

|   |          |      |
|---|----------|------|
| 10.Пресжурналистика   | магистър | ФИФ  |
| 11.Интегрирани маркетингови комуникации. Потребителят на XXI в. | магистър | ФИСН |

#### 4.1.3. Работа със студенти и докторанти

Доказателство за работата на доц. д-р Велин Станев със студенти и докторанти е участието му в следните проекти:

- Проект BG051PO001-3.3.07-0002 “Студентски практики“, финансиран от Оперативна програма: “Развитие на човешките ресурси“ и изпълняван от ПУ“ Паисий Хилендарски“, 2013 - 2015 г. и проект BG05M20P001-2.002-0001 “Студентски практики“, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“, 2014 - 2020 г. и изпълняван от ПУ “Паисий Хилендарски“, 2016 – 2017 г. – *академичен наставник*;

- Проект ЧФ 2016-6, Национална студентско-докторантска конференция: Филип Котлър и Маркетингът – традиции, превъплъщения, визии към фонд „Научни изследвания“ при ПУ „Паисий Хилендарски“, 2016 – *ръководител на проекта*;

- Проект НПД № 959 „SAHWA“ – Empowering the young generation: towards a new social contract in South and East Mediterranean countries (Пробуждане. Овластяване на младото поколение: Към нов социален договор в Южното и Източното Средиземноморие), FP7-SSH-2013-2 – *участник в проекта*.

Кандидатът за заемане на академичната длъжност ‘професор’ в ПУ „Паисий Хилендарски“ има един защитил докторант.

*Написаният от доц. д-р Велин Станев учебник, разработените 11 лекционни курса, които чете в 5 различни факултета на ПУ“ П.Хилендарски“, издадените три монографии, кореспондиращи по съдържание с преподаваните от него дисциплини, участието му в четири проекта, свързани с работа със студенти, докторанти и младото поколение като цяло, както и наличието на един успешно защитил докторант дават основание за изключително висока оценка за учебно-педагогическата дейност на доц. д-р Велин Станев.*

#### 4.2. Оценка на научната и научно-приложна дейност на кандидата

Доц. д-р Велин Станев е приложил за рецензиране общо 30 научни труда, разпределени по видове както следва (Таблица № 2):

Таблица 2. Научни трудове в конкурса за ‘професор’ на доц. д-р Велин Станев  
(обобщен вид)

| Вид на публикациите                       | В България    |            |               |            | В чужбина     |           |               |          | Общо      |             |
|---|---------------|------------|---------------|------------|---------------|-----------|---------------|----------|-----------|-------------|
|   | самостоятелни |            | в съавторство |            | самостоятелни |           | в съавторство |          | бр.       | стр.        |
|   | бр.           | стр.       | бр.           | стр.       | бр.           | стр.      | бр.           | стр.     |           |             |
| Монографии и студии                       | 4             | 548        | 1             | 124        | -             | -         | -             | -        | 5         | 672         |
| Учебници                                  | 1             | 184        | -             | -          | -             | -         | -             | -        | 1         | 184         |
| Научни статии и доклади                   | 15            | 151        | 6             | 43         | 2             | 18        | -             | -        | 23        | 194         |
| Други, свързани с PR активностите на ФИСН | 1             | 80         | -             | -          | -             | -         | -             | -        | 1         | 80          |
| <b>Общо:</b>                              | <b>21</b>     | <b>963</b> | <b>7</b>      | <b>163</b> | <b>2</b>      | <b>18</b> | <b>-</b>      | <b>-</b> | <b>30</b> | <b>1130</b> |

Монографии:

- Станев, В. 2013. *Какво е и какво не е PR*. С.: Сиела. 324 стр.

В монографията *Какво е и какво не е PR* авторът с хъс оспорва същността на PR, така както се представя в учебниците, извежда някои противоречия между теорията и практиката при PR и с още по-голям хъс провокира задаването на онези въпроси, които според него ще помогнат да се разбере какво е и какво не е PR. В книгата се акцентира върху необхватността на концепциите за същността на PR; задълбочено се разглеждат основните модели за PR планиране и програмиране; ревностно се отстоява виждането, че PR критериите за диференциране на реципиентите не са тъждествени на медийните; изследват се средствата за масова комуникация (СМК) в контекста на тяхното овластяване и функционирането им като прозорец към света, креатор и модификатор на общественото мнение и конструктор на реалността; разглежда се сблъсъкът на рекламата с PR и се доказва, че много от аргументите „против“ рекламата са неоснователни, защото тя служи на бизнеса, икономиката и политиката, и самата тя е бизнес, икономика и политика с огромна мощ.

- Станев, В. 2016. *Пет спорни области в рекламата*, П.: УИ „П. Хилендарски“. 180 стр.

В монографията *Пет спорни области в рекламата* се поставя под съмнение схващането, че реализмът в посланието е достатъчно мощно оръжие за въздействие върху реципиентите; търсят се психологическите основания на рекламното подсъзнателно въздействие и се отговаря на въпроса – съществува ли то изобщо, и ако съществува, доколко е функционално в сферата на рекламата; аргументирано се защитава мнението, че битовото разбиране за цветове и цветови нюанси няма нищо общо с науката за цветовете като същото се отнася и до формите

и изображенията; задава се въпросът как еротичните и сексуалните послания въздействат, на кого, кога, къде и дали наистина... продават?

- *Стойчев, Л., В. Станев. 2017. PR като част от управлението и управлението на PR. I част. П.: УИ „П. Хилендарски”. 126 стр.*

В монографичния труд PR като част от управлението и управлението на PR, връзките с обществеността (ВО) са разгледани и като инструмент, и като функция на мениджмънта. Направен е теоретичен обзор на дефинициите за PR с водещ мениджърски акцент; синтезирани са практическите задачи и отговорности на пиар експертите; обосновано са изведени различията между ВО и рекламата; аргументирана е необходимостта от стратегическо планиране на ВО и са представени моделите, методите и средствата за оценка на ефективността от PR. Разработен и предложен е авторски концептуален модел за управление на ВО в организациите.

И двете студии на доц. д-р Велин Станев - *Росър Рийвз – ексекютор или създател на творческата оригиналност в рекламното послание* и *От „прекрасния нов свят” на модернизма, през постмодерните „безпокойства”, до глокалните неосветове – в търсене на участието от притежанието и консумацията* са изключително провокативни от идеята за написването им до заключението.

От статиите 7 са на чужд език (5 на английски, 2 на руски), 1 – е в списание, реферирано и индексирано в Scopus, 5 - са в списания, реферирани и индексирани в EBSCO Publishing, а 2 – са в списание, реферирано и индексирано в РИНЦ. Повечето от статиите и научните доклади са свързани с предмета на обявения конкурс.

Доказателство за научната и научно-приложна дейност на доц. д-р Велин Станев е участието му в следните проекти:

- МУ17-ФИСН-008/16.05.2017, Маркетингови комуникации и изграждане на конкурентни предимства от висшите училище, Фонд „Научни Изследвания“ към Пловдивски Университет „Паисий Хилендарски”, 2017/2018 – *ръководител на научния колектив*;
- НИ11-ФИСН-003/30.05.2011, “Интелигентни методи за обработка на бизнес информация”, Фонд „Научни Изследвания“ към Пловдивски Университет „Паисий Хилендарски”, 2012 – *участник в научния колектив*.

*Трите монографични труда, двете студии, статиите и ръководството/участието в научно-приложни проекти представят доц. д-р Велин Станев като дългогодишен изследовател, утвърден научен работник и високо ценен специалист с богат опит в областта на рекламата, връзките с обществеността и маркетинговите комуникации.*

### **4.3. Научни и научно-приложни приноси**

Научните и научно-приложните приноси на доц. д-р Велин Станев могат да се систематизират в три основни направления:

#### ***1. Доразвиване 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 за откриването и параметрирането 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.

- Изведени са социологическите, икономическите, културологичните и комуникативните корени на сблъсъка на рекламата с PR.

Тези приноси се съдържат от списъка с научните трудове в публикации под номера: 1.2; 1.3; 3.7; 3.8 и 3.11.

#### ***2. 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.

Тези приноси се съдържат от списъка с научните трудове в публикации под номера: 1.1; 1.4; 2.1; 3.1; 3.3; 3.12; 3.15; 3.16; 3.17; 3.18 и 3.20.

#### ***3. 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, за да се демонстрира тяхната синкретичност.

Тези приноси се съдържат в почти всички публикации на кандидата за заемане на академичната длъжност 'професор'.

*Значителният брой публикации на доц. д-р Велин Станев и участието му в редица проекти, свидетелстват за значимостта на посочените по-горе научни и научно-приложни приноси в теорията и практиката на рекламата, връзките с обществеността и комуникационната политика.*

## **5. Лични впечатления**

Познавам доц. д-р Велин Станев като дългогодишен преподавател по масови комуникации, реклама и връзки с обществеността и като колега. Впечатлена съм от ентузиазма и всеотдайността му при преподаване на учебния материал и извънаудиторната работата със студентите. Доц. д-р Велин Станев е обичан преподавател от студентите и уважавана личност от колегите. Той е пример за умело съчетаване на преподавателска, научноизследователска и административна дейност. Автор е на три публицистични книги и е носител на седем награди и номинации за литературна и журналистическа дейност. Велин Станев е колоритна, творческа, широко скроена личност с интереси в областта на икономиката, философията, литературата, журналистиката, музиката и др.

## **6. Заключение**

Документите и материалите, представени от доц. д-р Велин Стефанов Станев отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на ПУ „Паисий Хилендарски“. В количествено и качествено отношение публикациите на доц. д-р Велин Станев съдържат научни и научно-приложни приноси, които ги правят изключително полезни за теорията и практиката на рекламата, връзките с обществеността и масовите комуникации. Всичко това ми дава основание да дам положителна оценка и с убеденост да предложа на членовете на уважаемото Научно жури да гласуват за избирането на доц. д-р Велин Стефанов Станев на академичната длъжност ‘професор’ в ПУ „Паисий Хилендарски“ по професионално направление 3.8. Икономика (Маркетинг – Реклама, Връзки с обществеността, Комуникационна политика).

19.09.2017 г.

гр. Пловдив

**Изготвил становището:**

.....  
(доц. д-р Татяна Нецева-Порчева)