

СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Атанаска Михайлова Тенева – Университет по хранителни технологии - Пловдив на материалите, представени за участие в 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 Държавен вестник, бр. 46 от 09.06.2017 г. и в интернет-страница на ПУ "Паисий Хилендарски" за нуждите на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“ към Факултета по икономически и социални науки участва единствен кандидат – доц. д-р Велин Стефанов Станев от ПУ „Паисий Хилендарски“

1. Общо представяне на процедурата и кандидата

Със заповед № Р33-4367 от 08.09.2017 г. на Ректора на ПУ „Паисий Хилендарски“ съм определена за член на научното жури на конкурс за заемане на академичната длъжност „професор“ в област на висшето 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 международни икономически отношения“ към Факултета по икономически и социални науки.

Велин Станев има образователната и научна степен доктор по научната специалност 05.04.10 Журналистика от 2008 г. Заема академичната длъжност доцент през 2012 г. по професионално направление 3.7 Администрация и управление (Бизнес комуникации и връзки с обществеността). В творческата му биография впечатляват наградите и номинациите за литературна и журналистическа дейност.

2. Обща характеристика на дейността на кандидата

Учебно-педагогическата дейност на доц. д-р Велин Станев е по тематиката на обявения конкурс. Води 11 лекционни курса в бакалавърски и магистърски програми в различни факултети на ПУ „Паисий Хилендарски“. Ангажира се като академичен наставник по проекти за студентски практики. Има самостоятелен учебник по рекламна комуникация, предназначен за студенти, специализанти и докторанти. Положително оценявам защитения през 2017 г. дисертационен труд, на който кандидатът е научен ръководител, за връзките с обществеността като управленски инструмент във винарската индустрия.

Представените по конкурса научни трудове не се припокриват с участия в други процедури за академично израстване на кандидата. Тяхното съдържание изцяло отговаря на профила на обявения конкурс. Посветени са на същностни и актуални проблеми, свързани с маркетинга (реклама, връзки с обществеността, комуникационна политика). Резултат са и от дейността на доц. д-р Велин Станев като участник и ръководител в 2 проекта към Фонд „Научни изследвания“ на ПУ „Паисий Хилендарски“ по проблеми на маркетинговите комуникации и изграждане на конкурентни предимства на висшите училища, на интелигентни методи за обработка на бизнес информация, както и в международен проект на НПД № 959 „SAHWA“ по темата за овластяване на младото поколение в Южното и Източно Средиземноморие. Научните изследвания на кандидата са обвързани тематично като замисъл, последователни и равномерно публикувани през годините в цялостни монографии, студии или изпреварващо в самостоятелни статии. От представените по конкурса 23 научни статии и доклади, 8 са публикувани в реферирани и индексирани в национални и международни бази данни (EBSCO Publishing, Scopus, РИНЦ) списания, 5 са на английски и 2 на руски език, 6 са в съавторство. Преобладаващата част от докладите са презентирани на научни форуми с международно участие.

По конкурса за заемане на академичната длъжност „професор“ Велин Станев представя 3 монографии, на една от които е втори автор и 2 авторски студии. Те са рецензирани от авторитетни преподаватели и изследователи в академичната общност. Отпечатани са в Университетско издателство „Паисий Хилендарски“. В издадената през 2013 година монография „Какво е и какво не е PR“ се проследява разминаването между PR теория и PR практика. Изследвани са различни критерии за дефинирани на PR в контекста на комуникационната наука като цяло и конкретно - на мениджмънта и на маркетинга. Аргументира се отсъствието на единна представа за субекта на PR и сложността на взаимоотношенията на PR с масмедииите, тяхната роля за достигане до PR обектите и произтичащият отгук проблем за диференцирането им. Втората монография, издадена през 2016 година се фокусира върху пет спорни и провокативни области в рекламата. Изследването свързва в едно цяло и предходни публикации на автора. Дискутира се рационалността на потребителското отношение към рекламното предложение. Оспорва се функционалността на подсъзнателното рекламиране и универсалното значение на цветовете в рекламата. Анализират се различни интерпретации по темата за еротичното и сексуално рекламиране, неговото реално влияние върху поведението на потребителя. В третата монография е направен убедителен опит за предефиниране на връзките с обществеността, за открояване на параметри за количествана и качествена оценка на PR. Предложен е авторски концептуален модел за тяхното управление, чието функционално апробиране предстои.

В справката за научните приноси кандидатът сравнително точно отразява своите постижения с теоретичен, методологичен и приложен характер. Те са негово лично дело, продължение и важна част от резултатите на неговите научни търсения след заемането на академичната длъжност „доцент“. В преобладаващата си част имат характер на обогатяване на съществуващата теория, която застава по-близо до практиката на маркетинговите комуникации. Определям като новост с практико-приложна релевантност „опита за работно предефиниране на понятието Public Relations“ като обществена дейност и управленска функция, която създава и поддържа взаимноизгодни *взаимоотношения* между организацията и *заинтересованите страни*, както и концептуалния модел за управление на връзките с обществеността. Включвайки се в дискусии по актуални маркетингови въпроси и оспорвайки концепции, доц. д-р Велин Станев извежда и аргументира оригинални тези и модели. Предлага авторски комуникационен модел, разбираем и приложим в преподавателската практика. Интегрирайки фундаментални знания от комуникационната теория в рекламната комуникация, демонстрира тяхната синкретичност. Оформя перспективи за изследване на потребителя на XXI век: откроява и разграничава типологични характеристики на модерния и постмодерен светоглед, потребителски доминанти и методология за изследване на поведението.

Цитиранията и публичният интерес към научната продукция на доц. д-р Велин Станев са оценка на колегите преподаватели и практики. Те са доказателство, че той е познат и уважаван в професионалните и академичните среди.

3. Критични забележки и препоръки

Представените научни публикации от доц. д-р Велин Станев по настоящия конкурс отговарят на изискванията на ЗРАСРБ за заемане на академичната длъжност „професор“. Добронамерено отправям своите бележки и препоръки за продължаваща прецизност при интердисциплинарната интерпретация на понятията, очертаване на методологичната рамка на изследванията, както и по отношение на емпиричното обосноваване на изводите, което би повишило тяхната убедителност и надеждност.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Документите и материалите, представени от 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“.

Изпълнени са препоръчителните научни и наукометрични показатели. Кандидатът в конкурса е представил достатъчен брой научни публикации след процедурите за защита на образователната и научна степен „доктор“ и заемането на академичната длъжност „доцент“. В

работите на кандидата има значими научни и приложни приноси, като представителна част от тях са получили международно признание и оценка. Теоретичните му разработки имат практическа приложимост, като част от тях са пряко ориентирани към учебната работа. Научната и преподавателската квалификация на Велин Стефанов Станев е несъмнена.

След запознаване с представените конкурсни материали и научни трудове, анализ на тяхната значимост и съдържащи се в тях научни и научно-приложни, намирам за основателно да дам своята положителна оценка и да препоръчам на уважаемото Научно жури да изготви доклад-предложение до Факултетния съвет на Факултета по икономически и социални науки за избор на Велин Стефанов Станев на академичната длъжност „професор“ в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ по професионално направление 3.8 Икономика (Маркетинг – Реклама, Връзки с обществеността, Комуникационна политика)

09.10.2017 г.

Изготвил становището:

(доц. д-р Атанаска Тенева)